

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย และเปรียบเทียบรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ โดยใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 4 ส่วนคือ

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเบื้องต้น
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้าง
- ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเบื้องต้น

4.1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ

ตามที่ผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ร่วมกับการจัดส่งทางไปรษณีย์ให้ผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละรายพบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ ได้แก่ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้อำนวยการสำนักพัฒนาผู้ประกอบการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า และประธานหอการค้าไทยได้มอบหมายให้หัวหน้าส่วนราชการที่เป็นผู้รับผิดชอบโดยตรงเป็นผู้ให้ข้อมูลแทน โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ และบางรายประสงค์จะกรอกแบบสัมภาษณ์เพื่อความชัดเจนของข้อมูล โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ทั้งสิ้นจำนวน 10 ราย ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 5 ปีถึง 30 ปี มีประสบการณ์

ในวิสาหกิจภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร แฟชั่น พลังงาน ไฟฟ้า สิ่งพิมพ์ หล่อโลหะ สิ่งทอ เฟอร์นิเจอร์ไม้ เซรามิก และกระดาษสา ภาคบริการ ได้แก่ ธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยว และสปา และภาคการค้าปลีกและค้าส่ง ความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิสรุปได้ดังนี้

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญมากในระบบเศรษฐกิจ เห็นได้จากที่ผ่านมามีทั้งภาครัฐและเอกชนได้สนับสนุนช่วยเหลือให้บุคคล หรือชุมชนหันมาประกอบธุรกิจผลิตสินค้าของตนเองซึ่งเป็นการสร้างอาชีพ และรายได้ให้แก่ตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาครัฐมีการสนับสนุนการประกอบอาชีพอย่างต่อเนื่อง มีการจัดอบรมหลักสูตรต่างๆ เพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ๆ ซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่จะเห็นว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้นั้น มีจำนวนน้อยมากหรือไม่สามารถเติบโตได้ด้วยตัวเอง ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการใหม่ที่เริ่มต้นทำธุรกิจของตนเอง 100 รายจะมีเพียง 10 รายที่สามารถดำเนินธุรกิจได้จริงที่เหลือคือต้องออกจากธุรกิจ และจะสามารถเติบโตได้ต่อไปเพียง 1 ใน 30 รายในระยะเวลา 3 ปีแรกที่ดำเนินธุรกิจ โดยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทยพบว่า มีปัจจัยดังนี้

1) ด้านการเรียนรู้ ผู้ประกอบการที่ล้มเหลวสาเหตุส่วนใหญ่เป็นผลมาจากการขาดการเรียนรู้หรือหยุดการเรียนรู้ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านหนึ่งกล่าวว่า “คนที่มีความใฝ่รู้คือคนที่ถ้ามีอะไรก็นำมาดัดแปลงให้ดีขึ้น เท่าที่ได้สัมผัสวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองไทยจะถูกสอนมาให้ทำแบบนี้ก็จะทำอยู่อย่างนั้นโดยไม่เปลี่ยนแปลง และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองไทยยังติดอยู่กับความช่วยเหลือจากภาครัฐ จึงไม่ยอมโตสักที ทำอย่างไรเขาถึงจะอยู่ได้ด้วยตัวของเขาเอง” (วิศิษฐ์ ศรีจินตนา, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 มีนาคม 2554) สอดคล้องกับความเห็นของ ฉัตรชัย บุญรัตน์ และศาสตราจารย์ ดร.ชเนตร นรภูมิพิภักษ์ ที่เห็นว่าผู้ประกอบการต้องใส่ใจที่จะเรียนรู้ตลอดเวลา ด้วยข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านทุนและกำลังคน ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีความสามารถในการเรียนรู้ในด้านการตลาด คน เครือข่ายเทคโนโลยี และความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องคิดและเรียนรู้เอง ธุรกิจจึงจะมีความแตกต่าง และเรียนรู้แบบเป็นรูปธรรม คือเรียนแล้วต้องนำไปทำจริงสามารถนำไปปฏิบัติจริง โดยปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่อยู่ที่ความไม่รู้ คือไม่รู้จักสินค้าของตนเอง ไม่รู้จักสินค้าของคนอื่น ไม่มีพันธมิตร คู่ค้าหรือเครือข่ายธุรกิจที่จะสามารถสนับสนุนพัฒนาสินค้าของตนเอง พัฒนาตลาด ยอดขาย และวิธีการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น (ฉัตรชัย บุญรัตน์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 15 กุมภาพันธ์ 2554; ชเนตร นรภูมิพิภักษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 เมษายน 2554) ดังนั้น คุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องเป็นบุคคลที่มีความสนใจใฝ่รู้ซึ่งจัดเป็นบุคลิกลักษณะเฉพาะของบุคคล เพราะธุรกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อมจะต้องใช้คนให้น้อยที่สุด ให้มีต้นทุนการดำเนินงานที่ต่ำ การเรียนรู้ยังรวมถึงการติดตามความเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

2) ด้านความรักและถนัดในธุรกิจที่ทำอยู่ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จซึ่งหมายถึง ธุรกิจสามารถสร้างรายได้ มียอดขายเพิ่มขึ้นและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องนั้นประเด็นแรกผู้ประกอบการจะต้องรู้จักตนเองคือรู้จักว่าตนมีความพร้อมอะไร มีความชอบและความสามารถในด้านใด มีความรัก และชอบทำสิ่งใดมากที่สุดซึ่งจะทำให้มีใจรักในอาชีพสามารถทำให้ธุรกิจดำเนินไปได้ ศาสตราจารย์ ดร.ชเนตร นรภูมิพิภรณ์ ให้ความเห็นเพิ่มเติมถึงผู้ประกอบการว่าต้องทำธุรกิจที่ตนเองรักและมีความถนัด มีทักษะเฉพาะในการทำธุรกิจนั้น (Business specific characteristics) หรือการมีทักษะในการประกอบการ (Entrepreneurial skill) ในธุรกิจของตนเอง

3) ด้านความรู้ความสามารถ ความชำนาญในธุรกิจที่ตนเองทำ ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้และความสามารถ มีความชำนาญในธุรกิจที่ตนเองทำเป็นอย่างดี มีความรอบรู้ในด้านบริหารจัดการ มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ สามารถวิเคราะห์ ตรวจสอบวัดผล และปรับปรุงงานของตนเองได้

4) ด้านจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริตในการดำเนินธุรกิจ ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านเห็นว่าเป็นประเด็นพื้นฐานในการทำธุรกิจ เนื่องจากประเด็นดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว เพื่อสร้างเสริมคุณค่า สร้างความน่าเชื่อถือให้กับธุรกิจที่ดำเนินอยู่

5) ด้านการให้อิสระแก่พนักงานในการตัดสินใจ ผู้ประกอบการที่จะบริหารธุรกิจให้เจริญเติบโตต้องให้อิสระแก่พนักงานในการตัดสินใจ และการแสดงออกโดยเปิดโอกาสให้มีการสื่อสารแบบสองทาง ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านกล่าวว่า ต้องบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม มีการเปิดกว้างในการระดมความคิดเห็น รับฟังความคิดเห็นและใส่ใจกับผู้ร่วมงานทุกระดับ เป็นการสร้างค่านิยมที่ดีต่อผู้ร่วมงานให้รักองค์กร ให้มีความรู้สึกได้ถึงความมีส่วนร่วมได้เสียและเป็นเจ้าของร่วมกัน

6) ด้านเครือข่ายทางธุรกิจ หลายท่านมีความเห็นสอดคล้องกันว่า การมีเครือข่าย (Network) หรือความสามารถในการสร้างพันธมิตร เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม เพราะเครือข่ายทางธุรกิจสามารถสนับสนุนเกื้อหนุนซึ่งกันและกันได้ เป็นโอกาสทางธุรกิจอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันพบว่าลักษณะของผู้ประกอบการไทยมีลักษณะการทำงานแบบคนเดียว คือมองแต่ธุรกิจของตนเองเป็นหลัก ชอบทำงานกับตัวเองโดยลำพังไม่ชอบการรวมกลุ่มซึ่งถือเป็นจุดอ่อนและไม่มีอำนาจในการต่อรองใดๆ

นอกเหนือจาก 6 ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ม.ร.ว. ปรีดิยาธร เทวกุล ได้ให้ทรรศนะที่แตกต่างเกี่ยวกับคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการ และคุณสมบัติของสถานประกอบการที่มีต่อ

การเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่ามาจากปัจจัยพื้นฐานเดียวกัน โดยได้ยึดหลักการของเศรษฐศาสตร์แนวพุทธซึ่งเห็นว่ามีเหมาะสมต่อการทำธุรกิจในบริบทของประเทศไทยซึ่งกิจการไม่ว่าจะมีขนาดใดจะต้องมีปัจจัยพื้นฐาน 3 ประการ คือปัจจัยด้านลูกค้า พนักงาน และสิ่งแวดล้อม มีรายละเอียดดังนี้

ปัจจัยด้านลูกค้า ต้องเป็นกิจการที่ลูกค้ามีความไว้วางใจและพอใจในสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะทำให้กิจการสามารถขายสินค้าได้ยาวนานและยั่งยืน (Sustainable) โดยคุณภาพสินค้าต้องคุ้มค่ากับราคาที่ลูกค้าจ่ายทั้งสินค้าและบริการ โดยกล่าวว่า “บางคนสินค้าดีแต่การบริการหลังการขาย (After sale service) ไม่ดีในที่สุดธุรกิจก็ไปไม่รอด และถ้าสินค้าและบริการมีความคุ้มค่าก็จะมี การพูดแบบปากต่อปาก ไม่เหมือนกับบริษัทขนาดใหญ่ที่มีการโฆษณาทางโทรทัศน์ขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็กไม่สามารถทำได้เพราะไม่ได้ผลิตสินค้าจำนวนมาก ฉะนั้นการขายทางตรง ต้องขายสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ มีนโยบายการผลิตที่ดี และต้องทำให้เกิดความรู้สึกว่ากิจการ ไม่ได้เอาเปรียบลูกค้าเลย”

ปัจจัยด้านพนักงาน การให้ความสำคัญด้านพนักงานกิจการ โดยทั่วไปอาจคำนึงถึงเรื่อง เงินเดือนและค่าจ้าง โดยหลักการของเงินเดือนและค่าจ้างจะต้องอยู่บนฐานของความยุติธรรม และ กิจการต้องทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือพนักงานรักองค์กร มีการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง มีสวัสดิการ ที่จำเป็นต่อชีวิตของพนักงาน ดังคำกล่าวว่า “กิจการขนาดเล็กจะมีความละเอียดอ่อนมากกว่ากิจการ ขนาดใหญ่ เพราะกิจการขนาดใหญ่มีการทำงานเป็นมาตรฐานแต่กิจการขนาดเล็กไม่ได้มีลักษณะ อย่างนั้น โดยเงินเดือนอาจขึ้นอยู่กับความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ เช่น บางกิจการมีเบี้ยขยัน หรือบางที่ให้ตามความพอใจของนายจ้างเพราะพนักงานคนนั้นไม่เคยขาดงานซึ่งเป็นเรื่อง ละเอียดอ่อน หรือบางแห่งอาจให้รางวัลแก่คนที่มีความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่กิจการ ขณะเดียวกันพนักงานมีความต้องการอะไรก็จะต้องให้ในสิ่งที่เขาต้องการ เช่น กิจการบางแห่งอยู่ ในถิ่นทุรกันดารเจ้าของกิจการอาจสร้างโรงเรียนให้ลูกของพนักงานแต่วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมโดยทั่วไปอาจทำไม่ได้ พนักงานมีความต้องการอะไรซึ่งแต่ละแห่งมีความต้องการไม่ เหมือนกัน บางแห่งพนักงานต้องเดินทางมาไกลก็ต้องจัดห้องพักให้เช่าราคาถูก และถูกสุขลักษณะ บางโรงงานที่มีกลิ่นเหม็นก็จะมีอุปกรณ์ป้องกัน มีเวลาพักให้พนักงาน” ขณะเดียวกันก็ต้องสร้าง บรรยากาศในการทำงานให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข และห่วงใยความรู้สึกของพนักงาน

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องมองในระดับ ชุมชนเป็นหลัก ดังนั้นวิสาหกิจต้องพิจารณาว่าจะสามารถสร้างประโยชน์อะไรให้กับชุมชนได้ ซึ่งให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า “กิจการขนาดใหญ่บางรายไปปลูกป่าเพื่อสร้างการยอมรับในการให้ ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม แต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้ทำอย่างนั้นวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมต้องดูแลสิ่งแวดล้อมในระดับชุมชน ให้ธุรกิจกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน น้อยที่สุดหรือไม่กระทบเลย ขณะเดียวกันก็ต้องมองว่าชุมชนต้องการอะไรมากที่สุดควิสาหกิจต้องมี แรงสนับสนุนจากชุมชนก่อน เช่น บางชุมชนไม่มีสถานที่เล่นกีฬาให้เด็กก็ไปสร้างสถานที่เล่นกีฬา ให้กับเด็ก ดังตัวอย่างวิสาหกิจกาแฟในภาคเหนือรายหนึ่งได้ช่วยเกษตรกรผู้ปลูกกาแฟของตนเอง ในการสร้างสิ่งแวดล้อมในการดำรงชีวิตให้ชุมชนโดยสร้างสถานพยาบาล โรงเรียน และอื่นๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าธุรกิจได้ช่วยชุมชน และสังคม ส่งผลให้ทุกคนทั้งพนักงาน เกษตรกร และชุมชน มีความภาคภูมิใจ และรักองค์กร ถ้าโรงงานปล่อยน้ำเสียธุรกิจก็อยู่ไม่ได้ ดังนั้นต้องมีความเกื้อกูล สังคมในขณะเดียวกันด้วย”

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโดยพื้นฐานของบริษัทขนาดใหญ่ และวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมทั้งด้านสินค้าและบริการ พนักงาน และสังคมสิ่งแวดล้อมมีบริบทแตกต่างกัน วิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีความละเอียดอ่อนมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่ที่มีความได้เปรียบใน เรื่องสินค้าเพราะมีการวิจัยพัฒนาที่ดีกว่า มีมาตรฐานมากกว่าแต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ก็มีความได้เปรียบในด้านการบริการ หรือบริการหลังการขาย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะต้องใช้ความเป็นมนุษย์ซึ่งจะช่วยให้งานดีและเติบโต ช่วยให้พนักงานรักองค์กร ช่วยกัน ทำงาน ช่วยกันประหยัดเพื่อให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และความเป็นมนุษย์จะทำให้สังคมและ ชุมชนยอมรับเพราะหากสังคมไม่ยอมรับกิจการก็อยู่ไม่ได้ หรือต้องเผชิญกับปัญหาอยู่ตลอดเวลา (ปรีดิยาธร เทวกุล, ม.ร.ว., การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 เมษายน 2554)

นอกจากการสัมภาษณ์ความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยขอให้ผู้ทรงคุณวุฒิระบุ คะแนน 0 ถึง 10 แสดงความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการ เจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลที่ได้แสดงเป็นคะแนนเฉลี่ยจากค่าสูงสุดไป ต่ำสุดดังนี้

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย
1. การมีจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	9.6
2. การสร้างนวัตกรรม และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	9.0
3. ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ และความพยายาม	9.0
4. ความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี	9.0
5. การทำงานเชิงรุก	8.7
6. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	8.5
7. การมีทักษะ และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	8.5
8. ความอดทนต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว	8.3
9. การบริหารจัดการด้วยตนเอง	8.2
10. การสร้างความสมดุลระหว่างการบริหารคนกับการบริหารงาน	8.0
11. การเผชิญกับการบริหารความเสี่ยง	7.8
12. ความเชื่อมั่นในการกระทำของตนเองที่จะส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว	7.8
13. ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ	7.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม

ผู้ประกอบการที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์มีทั้งสิ้นจำนวน 16 ราย ส่วนใหญ่อยู่ในวิสาหกิจภาคอุตสาหกรรม รองลงมาภาคบริการ และภาคการค้าปลีกและค้าส่งตามลำดับ ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาตั้งแต่ 3 ปีถึง 40 ปี ผลการสัมภาษณ์พบว่า มีประเด็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย ดังนี้

1) ด้านความมุ่งมั่น และมีการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จโดยทั่วไปจะมีบุคลิกลักษณะที่สำคัญคือเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจ และเรียนรู้ด้านธุรกิจอยู่ตลอดโดยมีสาเหตุจากความต้องการที่จะเป็นผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจและมีความคิด ความต้องการที่จะขยายธุรกิจของตนเองอยู่อย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการหลายรายกล่าวว่า กว่าที่ธุรกิจของตนเองจะเจริญเติบโตมาถึงทุกวันนี้ได้เป็นผลมาจากผู้ที่ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีการเรียนรู้ และหาความรู้ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา และการลองผิดลองถูกเพื่อผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพเป็นที่พอใจ

2) มีการให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็น ผู้ประกอบการรายหนึ่งกล่าวว่า ธุรกิจของตนเองเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเสมอ โดยมากมักเกี่ยวข้องในการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆ ขององค์กร เช่น การพัฒนาสินค้าใหม่ การดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาด และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ซึ่งจะเป็นลักษณะการประชุมสื่อสารแบบสองทาง มีลักษณะการทำงานเสมือนว่าพนักงานทุกคนเป็นครอบครัวเดียวกันและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร

3) ด้านจริยธรรมและความซื่อสัตย์ในการประกอบธุรกิจ การมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจหมายถึง การไม่เอาเปรียบต่อลูกค้า และพนักงานดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์สุจริต สนั่น พรหมโคตร หนึ่งในผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญในปัจจุบันนี้ กล่าวว่า ธุรกิจของเขาซื่อสัตย์และยุติธรรมต่อลูกค้ามาโดยตลอด เช่น ที่ผ่านมาราคาวัตถุดิบจะปรับตัวขึ้นอยู่เสมอ แต่ธุรกิจของเขาก็กองขายสินค้าในราคาเท่าเดิมเพราะเห็นแก่ลูกค้าที่มีรายได้น้อย เขากล่าวว่าสินค้าของเขาจะต้องตั้งราคาให้มากที่สุดและจะขึ้นราคาเป็นรายสุดท้ายเสมอ และจะไม่กักตุนสินค้าในยามที่ขาดแคลนวัตถุดิบซึ่งถือว่าการไม่เอาเปรียบและมีจริยธรรมต่อลูกค้า (สนั่น พรหมโคตร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2554)

4) ด้านการแสวงหาโอกาสในการทำธุรกิจ รู้จักแสวงหาถึงโอกาสต่างๆ เช่น การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ รู้จักผู้ผลิตปัจจัยวัตถุดิบ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน แนวโน้มความต้องการของตลาดรวมไปถึงบุคคลที่หยิบยื่นโอกาสทางธุรกิจ และการแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน จากคำกล่าวของ ดร.ไพบุลย์ ชำศิริพงษ์ กล่าวว่า “ถ้ามีความพร้อมทั้งตัวเรา โอกาสและทุน จะทำอะไรก็สำเร็จ ไม่ว่าจะเป็งานเล็กหรืองานใหญ่ทำได้หมดเปรียบเหมือนเงาตามตัว ถ้ามีความสามารถน้อยก็ทำงานขนาดเล็ก แต่ถ้ามีความสามารถมากก็ไปทำงานใหญ่ หรือไม่ก็ทำงานระดับชาติได้ เมื่อทำงานแล้วหากสถาบันการเงินเชื่อในความสามารถ และชื่อเสียงของเราก็คงสามารถให้ทุนสนับสนุนเราได้” ดร.ไพบุลย์ให้ความเห็นว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่จะส่งผลให้วิสาหกิจสามารถเติบโตได้นั้นมีพื้นฐานปัจจัยที่ไม่แตกต่างกันไม่ว่าประเภทธุรกิจนั้นจะอยู่ในภาคอุตสาหกรรม การค้าส่ง การค้าปลีก หรือภาคบริการ ส่วนการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เครือข่ายทางธุรกิจ และที่ตั้งของสถานประกอบการถือเป็นโอกาสทางธุรกิจที่ได้รับ (ไพบุลย์ ชำศิริพงษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 11 มีนาคม 2554) สอดคล้องกับผู้ประกอบการรายหนึ่งได้แสวงหาโอกาสให้ธุรกิจตนเองได้ออกรายการทางโทรทัศน์ทำให้ธุรกิจของตนเองมีชื่อเสียงมากขึ้นเป็นผลให้ธุรกิจเติบโตในด้านตลาดสามารถขยายสาขาเพิ่มขึ้น และพัฒนาธุรกิจของตนเองให้เป็นแฟรนไชส์ปัจจุบันมีสาขาอยู่ทั่วประเทศ

ผลการประเมินปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่คาดว่าจะมีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ คะแนนเต็ม 10 คะแนนได้ค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย
1. การมีจริยธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต	9.8
2. การบริหารจัดการด้วยตนเอง	9.7
3. การสร้างนวัตกรรม และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	9.6
4. ความอดทนต่อสิ่งต่างๆ รอบตัว	9.6
5. ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ และความพยายาม	9.3
6. การทำงานเชิงรุก	9.2
7. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	9.2
8. ความรู้ความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี	9.1
9. ความเชื่อมั่นในการกระทำของตนเองที่จะส่งผลต่อความสำเร็จ หรือล้มเหลว	8.7
10. การสร้างความสมดุลระหว่างการบริหารคนกับการบริหารงาน	8.6
11. การเผชิญกับการบริหารความเสี่ยง	8.5
12. การมีทักษะ และความสามารถในการติดต่อสื่อสาร	8.4
13. ประสบการณ์ของผู้ประกอบการ	8.2

สำหรับการกำหนดตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมของ Miller (1983) ซึ่งนำเสนอปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ 3 ประการคือ นวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญกับความเสี่ยงเป็นตัวแปรในการศึกษารวมถึงการพิจารณาตัวแปรที่ได้จากการศึกษาข้อมูล 3 แหล่งคือ 1) ข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ และ 3) ข้อมูลจากผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการเลือกตัวแปรดังนี้

1. เป็นตัวแปรที่มีอยู่ในแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ หรือสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือการประเมินความสำคัญ

2. เป็นตัวแปรที่ไม่มีอยู่ในแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแต่เป็นตัวแปรที่มีความสอดคล้องระหว่างความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ กับความคิดเห็นของผู้ประกอบการทั้งที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือการประเมินความสำคัญ

3. ตัวแปรที่ได้จากการประเมินความสำคัญ จากการพิจารณาระดับคะแนนพบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิจะให้คะแนนต่ำกว่าผู้ประกอบการ โดยมีช่วงคะแนนตั้งแต่ 7.8 ถึง 9.6 คะแนน ในขณะที่ผู้ประกอบการจะให้คะแนนอยู่ในช่วง 8.2 ถึง 9.8 คะแนน ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จะเลือกเฉพาะตัวแปรที่มีความสำคัญ โดยกำหนดเลือกตัวแปรของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 8.5 คะแนนขึ้นไป (ลำดับถัดมามีคะแนน 8.3) และเลือกตัวแปรของผู้ประกอบการที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 9.0 ขึ้นไป (ลำดับถัดมามีคะแนน 8.7) และไม่ซ้ำกับตัวแปรที่เลือกในเกณฑ์ข้อ 1 และข้อ 2

รายละเอียดการวิเคราะห์เพื่อให้ได้ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของการวิจัยแสดงในตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
เพศ	×	×	×	×	×
อายุ	×	×	×	×	×
ระดับการศึกษา	×	×	×	×	×
ประสบการณ์	×	✓ (7.8)	×	✓ (8.2)	×
วิสัยทัศน์	×	×	×	×	×
เป้าหมาย	×	×	×	×	×
ความรู้ความสามารถด้าน การบริหารจัดการ ความเชี่ยวชาญ	✓	✓ (9.0)	×	✓ (9.1)	✓
ความเป็นอิสระในการ บริหารงาน	×	×	×	×	×
การสร้างนวัตกรรม	×	✓ (9.0)	×	✓ (9.6)	✓

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
การทำงานเชิงรุก	×	✓ (8.7)	×	✓ (9.2)	✓
ความสามารถในการ แข่งขัน	×	×	×	×	×
การบริหารความเสี่ยง	×	✓ (7.8)	×	✓ (8.5)	×
การเรียนรู้	✓	×	✓	×	✓
ความอดทน	×	✓ (8.3)	✓	✓ (9.6)	✓
ความซื่อสัตย์	✓	✓ (9.6)	✓	✓ (9.8)	✓
ความสำเร็จ	×	×	×	×	×
ระดับการแข่งขัน	×	×	×	×	×
ความคิดริเริ่ม	×	×	×	×	×
การวิเคราะห์	×	×	×	×	×
เครือข่ายของผู้ประกอบการ	✓	×	×	×	✓
การป้องกัน	×	×	×	×	×
การวางแผนกลยุทธ์ กลยุทธ์ที่ใช้ การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์	×	×	×	×	×
การระบุความต้องการของ ลูกค้า	×	×	×	×	×
การระบุปัจจัยด้าน โอกาส	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
ความแตกต่างทางการตลาด	×	×	×	×	×
กลยุทธ์การตลาด	×	×	×	×	×
ความกว้างของตลาด	×	×	×	×	×
การตัดสินใจด้านการตลาด	×	×	×	×	×
ความสัมพันธ์กับตลาด	×	×	×	×	×
การบริหารเวลา	×	×	×	×	×
การบริหารความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มนุษย์สัมพันธ์	×	×	×	×	×
การควบคุมอารมณ์	×	×	×	×	×
ความรับผิดชอบในการแนะนำและการประเมินผลงาน	×	×	×	×	×
ทักษะการสื่อสารด้านภาษา	×	×	×	×	×
ความรู้ด้านเทคนิคและการบริการ	×	×	×	×	×
ความมั่นใจ หรือเชื่อมั่นในตนเอง	×	×	×	×	×
ความขยัน บากบั่น อดสาหัส	×	×	×	×	×
วุฒิภาวะทางอารมณ์	×	×	×	×	×
การประหยัด	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
พัฒนาและฝึกอบรม พนักงานอย่างต่อเนื่อง	×	×	×	×	×
ความเชื่อเรื่องโชค	×	×	×	×	×
ภาวะผู้นำ	×	×	×	×	×
บุคลิกภาพ	×	×	×	×	×
ความเป็นโลกาภิวัตน์	×	×	×	×	×
ความสามารถในการ ปรับตัว	×	×	×	×	×
ความรู้เร็ว	×	×	×	×	×
ความทะเยอทะยาน	×	×	×	×	×
ความเปิดเผย	×	×	×	×	×
ความร่วมมือ	×	×	×	×	×
การตัดสินใจ	×	×	×	×	×
ความสามารถในการ พึ่งพา	×	×	×	×	×
อำนาจทางสังคม	×	×	×	×	×
พลัง และความ กระตือรือร้น	×	×	×	×	×
ความพยายามอย่าง ต่อเนื่อง	×	×	×	×	×
ความเต็มใจในการ รับผิดชอบงาน	×	×	×	×	×
ความสามารถในการรับรู้	×	×	×	×	×
ความยืดหยุ่น	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ตัวแปรใหม่จาก การศึกษาเบื้องต้น	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
ความรักและความถนัดใน ธุรกิจที่ทำอยู่	✓	×	×	×	×
การให้อิสระแก่พนักงาน ในการแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจ	✓	×	✓	×	✓
ความมุ่งมั่นในความ สำเร็จ และความพยายาม	×	✓ (9.0)	✓	✓ (9.3)	✓
การแสวงหาโอกาสใน การทำธุรกิจ	×	×	✓	×	×
การบริหารจัดการด้วย ตนเอง	×	✓ (8.2)	×	✓ (9.7)	×
การสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างการบริหารคนกับ การบริหารงาน	×	✓ (8.0)	×	✓ (8.6)	×
ความเชื่อมั่นในการ กระทำของตนต่อ ความสำเร็จหรือล้มเหลว	×	✓ (7.8)	×	✓ (8.7)	×
การวิเคราะห์ตลาดและ คู่แข่ง	×	✓ (8.5)	×	✓ (9.2)	✓
การมีทักษะและความ สามารถในการติดต่อ สื่อสาร	×	✓ (8.5)	×	✓ (8.4)	×

จากตารางที่ 4.1 ตามที่ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกตัวแปรข้างต้นพบว่า มีตัวแปรที่ผ่านเกณฑ์จำนวน 10 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถในการบริหารจัดการ การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ ความอดทน จริยธรรมทางธุรกิจ เครือข่ายของผู้ประกอบการ การให้

อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม และการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง ผู้วิจัยได้เพิ่มตัวแปรการบริหารความเสี่ยงเป็นตัวแปรในการศึกษาครั้งนี้ด้วยเนื่องจากเป็นตัวแปรสำคัญของ Miller ที่นำเสนอไว้ในปี 1983 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสามารถสรุปตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 11 ตัวแปร ได้แก่

1. ความสามารถในการบริหารจัดการ
2. การสร้างนวัตกรรม
3. การทำงานเชิงรุก
4. การเรียนรู้
5. ความอดทน
6. จริยธรรมทางธุรกิจ
7. เครือข่ายของผู้ประกอบการ
8. การให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจ
9. ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ และความพยายาม
10. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง
11. การบริหารความเสี่ยง

4.1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่ามีประเด็นดังนี้

1) ด้านเงินทุน ผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่านเห็นพ้องกันว่า วิสาหกิจที่เริ่มต้นใหม่ จะต้องทำตามกำลังและเงินทุนของตนเองที่มีอยู่ จะต้องไม่กู้เงินมาทำธุรกิจหรือทำเกินกำลังของตนเองซึ่งจะส่งผลให้ไม่ประสบความสำเร็จได้ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะใช้เงินทุนไม่มากเท่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ผู้ทรงคุณวุฒิรายหนึ่งกล่าวเพิ่มเติมถึงเงินทุนว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทยต้องมีการปรับตัวเนื่องจากผลกระทบด้านการแข่งขันทั้งภายในประเทศ และการแข่งขันระหว่างประเทศโดยเฉพาะประเทศที่มีความได้เปรียบด้านต้นทุน แรงงาน และเทคโนโลยีจะมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่า และสินค้าที่ผลิตได้ในแต่ละประเทศจะมีความคล้ายคลึงกันซึ่งเป็นโลกแห่งการแข่งขันภายใต้นโยบายการค้าเสรี ดังนั้นความพร้อมด้านเงินทุนจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการต่อยอดหรือผลักดันให้ธุรกิจสามารถขยายกิจการเติบโตได้ไม่ว่าเงินนั้นจะมาจากการกู้เงินมาลงทุน การระดมเงินจากผู้ถือหุ้น หรือเป็นเงินส่วนตัวก็ตาม

ผู้ทรงคุณวุฒิรายหนึ่ง ให้ความเห็นเกี่ยวกับการลงทุนว่า สถานประกอบการที่เริ่มต้นจากการเป็นคนกลางมาก่อนเมื่อรู้จักธุรกิจว่ามีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นใครบ้าง รู้จักแหล่งผู้ผลิต รู้จัก

รายละเอียดของสินค้า และรู้จักกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าแล้วก็อาจผันตัวเองมาเป็นผู้ผลิต หรือผู้จ้างผลิต โดยควรเริ่มจากเงินลงทุนไม่สูงมาก และไม่ควรรู้เงินมาลงทุน ควรแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นส่วนของการขยายการลงทุนเพิ่มทีละไม่มาก พร้อมกับต้องพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา (ศราวณีย์ ศรีเนาวรัตน์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

2) ด้านทำเลที่ตั้ง ธุรกิจจะต้องมีทำเลที่ตั้งเหมาะสม เช่น มีสถานที่ผลิตใกล้แหล่งวัตถุดิบและผู้บริโภค ด้านการขายก็ควรใกล้คนกลางและลูกค้า มีการคมนาคมสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ มีพื้นฐานรองรับในระบบสาธารณูปโภค มีตลาดแรงงาน อยู่ในย่านธุรกิจที่สามารถเชื่อมโยงเอื้อประโยชน์ซึ่งกันและกันได้ (ศศิพิมล มงคล, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 27 กุมภาพันธ์ 2554)

3) ด้านนวัตกรรม สถานประกอบการต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าของตนเองอย่างต่อเนื่องและมีนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา พิศลยบุตร และ ดร.เดชา จาตุชนานันท์ กล่าวตรงกันว่าสถานประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักมีวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการปรับปรุงคุณภาพและนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และมีสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กฤษดา พิศลยบุตร, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 10 กุมภาพันธ์ 2554; เดชา จาตุชนานันท์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 8 เมษายน 2554) ศาสตราจารย์ ดร.ชเนตร นรภูมิพิภักษ์ ได้กล่าวถึงความหมายของนวัตกรรม (Innovation) ว่าเป็นการทำของใหม่ ถ้าเป็นของใหม่อย่างเดียวก็น่าจะไม่ประสบความสำเร็จก็ได้ แต่หากของใหม่นั้นมีประโยชน์เรียกว่าสิ่งประดิษฐ์ แต่ถ้าสิ่งนั้นเป็นของใหม่เป็นประโยชน์และเป็นสิ่งที่ดีต่อลูกค้า หรือการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าจึงจะเรียกว่าเป็นนวัตกรรมที่สมบูรณ์แบบ (ชเนตร นรภูมิพิภักษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 เมษายน 2554)

4) ด้านการตลาด สินค้าที่ผลิตได้ต้องมีตลาดรองรับ มีความต้องการของตลาด ศาสตราจารย์ ดร.ชเนตร นรภูมิพิภักษ์ ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า สินค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีความแตกต่างและมีตลาดเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Niche market) ต้องทำธุรกิจที่ต่างไปจากธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่าซึ่งมีความได้เปรียบด้านทุน และการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economy of scale) ซึ่งจะมีประสิทธิภาพสูงกว่า ซึ่งถ้าสินค้าไม่มีความแตกต่างธุรกิจก็จะไปไม่รอด ดังนั้นต้องหาดตลาดเฉพาะ ไม่มองลูกค้าวงกว้างด้วยข้อจำกัดด้านทุน อีกทั้งคู่แข่งที่มีขนาดเดียวกันถ้าผลิตสินค้าเหมือนกันธุรกิจก็ไม่อาจโตได้ และต้องนำเสนอคุณค่าที่ดีให้แก่ลูกค้า (Better value offer) (ชเนตร นรภูมิพิภักษ์, การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 เมษายน 2554)

5) ด้านความสามารถหลักของธุรกิจ ธุรกิจที่เติบโตจะต้องมีความสามารถหลัก (Core competency) ของธุรกิจ หรือการดำเนินงานด้านกลยุทธ์ (Strategic operation) ของธุรกิจที่เป็นความสามารถหลักแตกต่างจากธุรกิจอื่นโดยทั่วไป เช่น ธุรกิจขายปลีกสิ่งสำคัญที่สุดคือการบริหารจัดการสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ หรือธุรกิจบางรายมีความสามารถหลักคือการเข้าถึงลูกค้า

ผลการประเมินความสำคัญของปัจจัยแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่คาดว่าจะส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ทรงคุณวุฒิ สามารถแสดงเป็นค่าเฉลี่ย โดยมีคะแนนเต็ม 10 คะแนน เรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย
1. การมุ่งเน้นในด้านนวัตกรรมขององค์กร	9.0
2. บุคลากรของสถานประกอบการ	9.0
3. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน หรือความมีเอกภาพในการทำงาน	8.7
4. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	8.2
5. การมีเครือข่ายทางธุรกิจ เช่น สถาบันการเงิน พันธมิตรทางธุรกิจ ฯลฯ	7.2
6. จำนวนเงินทุนของสถานประกอบการ	6.5
7. ที่ตั้งของสถานประกอบการ	6.2
8. ประเภทของสถานประกอบการ	5.1
9. ช่วงอายุของสถานประกอบการ (Organization Life Cycle)	5.0
10. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น เงินทุนกู้ยืม การอบรม การออกร้าน ฯลฯ	4.8
11. อายุของสถานประกอบการ	4.5
12. การสนับสนุนจากทุนข้ามชาติ	3.8

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่ามีประเด็นดังนี้

1) ด้านความสามารถของทีมงาน หมายถึงพนักงานทั้งหมดขององค์กรมีความพร้อม มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน มีการทำงานเป็นทีม มีเป้าหมายการทำงานร่วมกัน โดยการทำงานเป็นทีม มีความสำคัญในทุกองค์กร เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงาน การมีพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและทำงานภายใต้ความมุ่งมั่นเดียวกันจะเป็นส่วนเสริมสนับสนุน และให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดี

2) ด้านการตลาด ปัจจัยด้านการตลาดเป็นหัวใจหลักของการทำธุรกิจเพราะเป็นพื้นฐานไปสู่การสร้างผลกำไร และความเจริญเติบโตให้แก่กิจการ หากผู้ประกอบการรายใดไม่มีกลยุทธ์ด้านการตลาดก็จะเป็นจุดอ่อนของธุรกิจ และไม่ประสบความสำเร็จในที่สุด โดยปัญหาด้านการตลาดพบว่าเป็นปัญหาหลักของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ของประเทศไทยเนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ไม่เป็นที่ต้องการของตลาด มีลักษณะการผลิตสินค้าตามความต้องการ และความเชี่ยวชาญของตนเอง และพบว่าส่วนใหญ่สินค้าที่ผลิตได้นั้นมีความคล้ายคลึงกัน แต่เมื่อวิเคราะห์วิสาหกิจที่มีความเจริญเติบโต พบว่าส่วนใหญ่จะพัฒนาสินค้าของตนเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สินค้าที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการ มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากผู้อื่น และส่วนใหญ่มีการสร้างตราสินค้าของตนเองให้เป็นที่รู้จักของตลาด

3) ด้านเครือข่ายของสถานประกอบการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าสถานประกอบการที่จะเติบโตได้นั้นจะต้องมีเครือข่าย หรือมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีเพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์ซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีการรวมกลุ่มซึ่งหากมีความร่วมมือกันที่ดีแล้วต่างฝ่ายต่างก็จะได้รับประโยชน์โดยมีวิธีการที่หลากหลาย เช่น มีสถานที่ขายสินค้าอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันเพื่อขยายตลาดและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้า มีการรวมกลุ่มเพื่อซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ต่ำและสร้างอำนาจในการต่อรองกับผู้ขายปัจจัยวัตถุดิบ การเข้าร่วมกับชมรมหรือสมาคมต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเสริมสร้างความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ของผู้ประกอบการด้วยกันและแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ร่วมกันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในการสร้างสรรค์สินค้าและสนับสนุนธุรกิจให้มีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

4) ด้านเงินทุน สถานประกอบการจะต้องมีเงินทุนเพียงพอในการดำเนินธุรกิจเพราะเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเป็นจริงและต้องอาศัยเงินทุนเช่นกันในการลงทุนเพิ่มเพื่อขยายธุรกิจให้เติบโตมีขนาดใหญ่ขึ้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการหลายรายกล่าวตรงกันว่า การเริ่มต้นทำธุรกิจจะต้องมีเงินลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆ ที่จำเป็น เช่น ค่าอาคารและสถานที่ ค่าอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องมือ ค่าสาธารณูปโภค ค่าโฆษณา และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้น โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่พบว่า เริ่มต้นดำเนินธุรกิจด้วยเงินทุนของตนเองทั้งหมด เริ่มต้นธุรกิจขนาดเล็กโดยไม่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากภาครัฐหรือกู้เงินจากสถาบันการเงินแต่อย่างใด ต่อมาเมื่อกิจการเริ่มมีชื่อเสียงจึงคิดขยายกิจการโดยนำเงินทุนของตนเองและเงินกู้จากสถาบันการเงินบางส่วนมาลงทุนเพื่อให้กิจการเจริญเติบโตและมีขนาดใหญ่ขึ้น

การประเมินความสำคัญของปัจจัยแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากการประเมินของผู้ประกอบการ คะแนนเต็ม 10 คะแนน ได้ค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับดังนี้

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย
1. การมีเครือข่ายทางธุรกิจ เช่น สถาบันการเงิน พันธมิตรทางธุรกิจ ฯลฯ	9.2
2. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	9.1
3. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน หรือความมีเอกภาพในการทำงาน	8.9
4. จำนวนเงินทุนของสถานประกอบการ	8.9
5. บุคลากรของสถานประกอบการ	8.8
6. การมุ่งเน้นในด้านนวัตกรรมขององค์กร	8.2
7. ที่ตั้งของสถานประกอบการ	7.5
8. อายุของสถานประกอบการ	6.9
9. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น เงินทุนกู้ยืม การอบรม การออกร้าน ฯลฯ	6.8
10. ประเภทของสถานประกอบการ	6.5
11. ช่วงอายุของสถานประกอบการ (Organization Life Cycle)	5.8
12. การสนับสนุนจากทุนข้ามชาติ	5.0

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการประเมินคะแนนของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ประกอบการเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามรายละเอียดที่ผู้วิจัยได้นำเสนอในข้อมูลส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 แล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาร่วมกับข้อมูลที่ได้จากจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเกณฑ์ในการเลือกตัวแปรดังนี้

1. เป็นตัวแปรที่มีอยู่ในแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ หรือสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือการประเมินความสำคัญ

2. เป็นตัวแปรที่ไม่มีอยู่ในแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแต่เป็นตัวแปรที่มีความสอดคล้องระหว่างความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ กับความคิดเห็นของผู้ประกอบการทั้งที่ได้จากการสัมภาษณ์ หรือการประเมินความสำคัญ

3. ตัวแปรที่ได้จากการประเมินความสำคัญ จากข้อมูลพบว่าผู้ทรงคุณวุฒิจะให้คะแนนอยู่ในช่วง 3.8 ถึง 9.0 คะแนนซึ่งต่ำกว่าการให้คะแนนของผู้ประกอบการที่อยู่ในช่วง 5.0 ถึง 9.2 คะแนน ดังนั้นเพื่อความเหมาะสมในการเลือกตัวแปรที่มีเป็นจำนวนมากผู้วิจัยจะเลือกตัวแปรของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 6.0 ขึ้นไป (ลำดับถัดมามีคะแนน 5.1) และเลือกตัวแปรของ

ผู้ประกอบการที่มีคะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 8.0 ขึ้นไป (ลำดับถัดมามีคะแนน 7.5) โดยเป็นตัวแปรที่ไม่ซ้ำกับตัวแปรที่เลือกในเกณฑ์ข้อ 1 และข้อ 2

ตารางที่ 4.2 ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการของการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
ความครอบคลุมของตลาด	×	×	×	×	×
ความเป็นสากล	×	×	×	×	×
การบริหารจัดการของ ผู้ประกอบการ	×	×	×	×	×
ราคาสินค้า	×	×	×	×	×
นวัตกรรม	✓	✓ (9.0)	×	✓ (8.2)	✓
การประสานงาน	×	×	×	×	×
การบริหารทรัพยากร บุคคล	×	×	×	×	×
ช่วงชีวิตของธุรกิจ	×	✓ (5.0)	×	✓ (5.8)	×
ประเภทของ สถานประกอบการ	×	✓ (5.1)	×	✓ (6.5)	×
ขนาดของสถาน ประกอบการ	×	×	×	×	×
อายุของสถาน ประกอบการ	×	✓ (4.5)	×	✓ (5.8)	×
จำนวนของเจ้าของ	×	×	×	×	×
โครงสร้างองค์กร	×	×	×	×	×

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
กระบวนการดำเนินงาน	×	×	×	×	×
กลยุทธ์	×	×	×	×	×
เงินทุน	✓	✓ (6.5)	✓	✓ (8.9)	✓
จำนวนการจ้างงาน	×	×	×	×	×
ระยะเวลาของการได้รับ ความช่วยเหลือ	×	×	×	×	×
เทคโนโลยี	×	×	×	×	×
วัฒนธรรม	×	×	×	×	×
เครือข่ายของสถาน ประกอบการ	×	✓ (7.2)	✓	✓ (9.2)	✓
ตัวแปรใหม่จาก การศึกษาเบื้องต้น	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
กลยุทธ์การตลาด	✓	×	✓	×	✓
ทำเลที่ตั้ง	×	✓ (6.2)	×	✓ (7.5)	×
ความสามารถหลักของ ธุรกิจ	✓	×	×	×	×
บุคลากร ทีมงาน	×	✓ (9.0)	✓	✓ (8.8)	✓
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน	×	✓ (8.7)	×	✓ (8.9)	✓
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	×	✓ (8.2)	×	✓ (9.1)	✓
การได้รับการสนับสนุน จากภาครัฐ	×	✓ (4.8)	×	✓ (6.8)	×

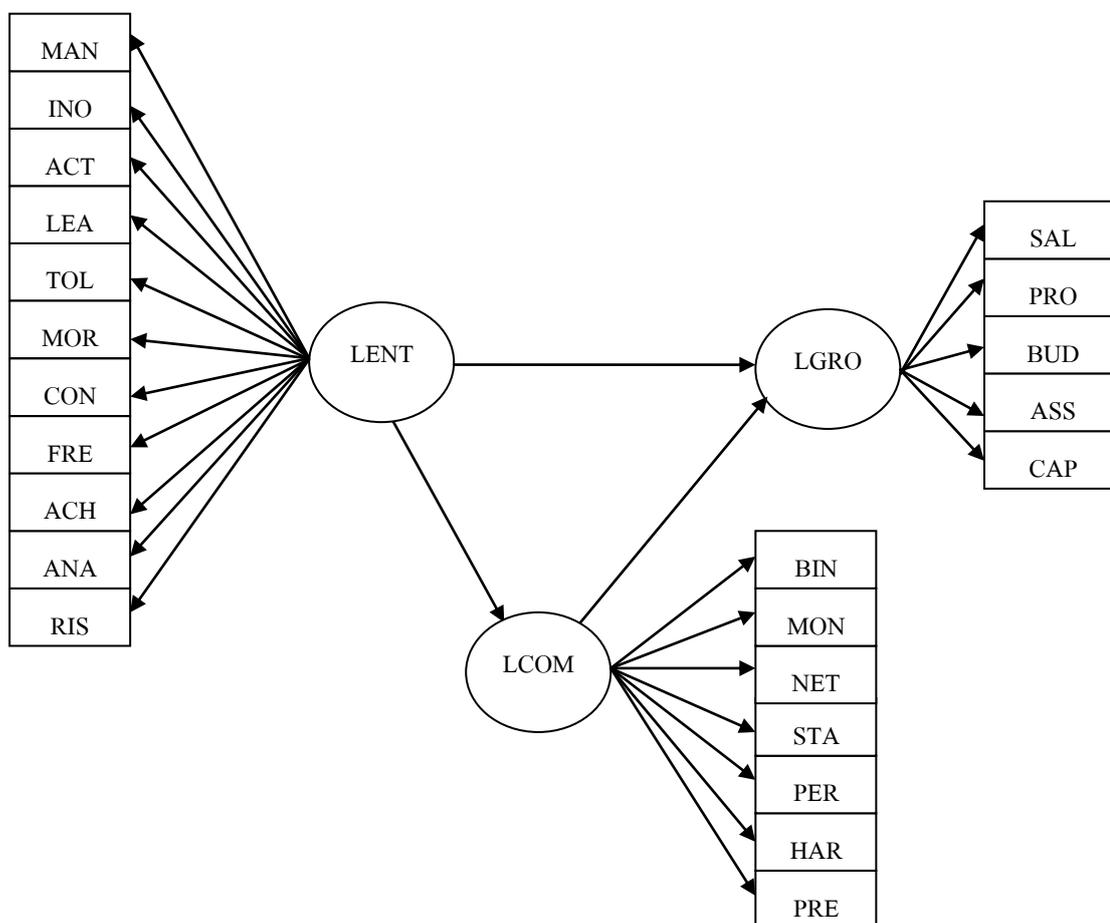
ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ตัวแปรใหม่จาก การศึกษาเบื้องต้น	ผู้ทรงคุณวุฒิ		ผู้ประกอบการ		ตัวแปรของ การวิจัย
	สัมภาษณ์	ประเมิน	สัมภาษณ์	ประเมิน	
การสนับสนุนจากทุนข้าม ชาติ	×	✓ (3.8)	×	✓ (5.0)	×

จากตารางที่ 4.2 จากการพิจารณาเกณฑ์การเลือกตัวแปรพบว่ามีตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญซึ่งใช้ในการศึกษาครั้งนี้จำนวน 7 ตัวแปรดังนี้

1. นวัตกรรมองค์กร
2. เงินทุน
3. เครือข่ายของสถานประกอบการ
4. กลยุทธ์การตลาด
5. บุคลากรที่ดี
6. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน
7. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย และผลจากการศึกษาตัวแปรที่สำคัญที่ได้นำเสนอในตารางที่ 4.1 และ 4.2 ผู้วิจัยได้นำตัวแปรต่างๆมาสร้างเป็นแบบจำลองตามสมมติฐาน (Hypothesized model) ซึ่งเป็นแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัย

สัญลักษณ์และคำย่อที่ใช้ในแบบจำลองสมมติฐานการวิจัย



แทน ตัวแปรแฝง



แทน ตัวแปรสังเกต



แทน ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม
โดยหัวลูกศรจะแสดงทิศทางของอิทธิพล

LENT หมายถึง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

LCOM หมายถึง ลักษณะของสถานประกอบการ

LGRO หมายถึง การเจริญเติบโต

MAN หมายถึง ความสามารถในการบริหารจัดการ

INO หมายถึง การสร้างนวัตกรรม

ACT	หมายถึง การทำงานเชิงรุก
LEA	หมายถึง การเรียนรู้
TOL	หมายถึง ความอดทน
MOR	หมายถึง จริยธรรมทางธุรกิจ
CON	หมายถึง เครือข่ายของผู้ประกอบการ
FRE	หมายถึง การให้อิสระแก่พนักงานในการแสดงความคิดเห็นและ ตัดสินใจ
ACH	หมายถึง ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม
ANA	หมายถึง การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง
RIS	หมายถึง การบริหารความเสี่ยง
BIN	หมายถึง นวัตกรรมองค์กร
MON	หมายถึง เงินทุน
NET	หมายถึง เครือข่ายของสถานประกอบการ
STA	หมายถึง กลยุทธ์การตลาด
PER	หมายถึง บุคลากรที่ดี
HAR	หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน
PRE	หมายถึง องค์กรมีการทำงานเชิงรุก
SAL	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของยอดขาย
PRO	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ
BUD	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของเงินทุน
ASS	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม
CAP	หมายถึง ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต

จากภาพที่ 4.1 ผู้วิจัยจึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยว่าแบบจำลองสมมติฐานที่พัฒนาขึ้นจะมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีสมมติฐานย่อยตามเส้นทางอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ ดังนี้

1. คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการเจริญเติบโต
2. ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการเจริญเติบโต

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ตามที่คุณวิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางจากประชากร 18,384 ราย โดยใช้สูตร Taro Yamane (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 ราย และขนาดตัวอย่างวิสาหกิจขนาดย่อมจากประชากร 2,893,715 ราย ได้ขนาดตัวอย่าง 400 ราย รวมจำนวนทั้งสิ้น 800 ราย ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามที่ได้จัดทำขึ้นเป็นแบบธุรกิจตอบรับทางไปรษณีย์จำนวน 5,000 ชุดในช่วงเวลาดังแต่เดือนเมษายน – กรกฎาคม 2555 ผลจากการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์พบว่า มีแบบสอบถามถูกตีกลับเนื่องจากสาเหตุการย้ายที่อยู่หรือปิดกิจการจำนวน 310 ชุด ขณะที่แบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับจำนวน 761 ชุดหรือคิดเป็นร้อยละ 15.2 ของจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปแต่เป็นร้อยละ 95.1 ของขนาดของตัวอย่างที่คำนวณได้จากระดับความเชื่อมั่น 95 % ในจำนวนนี้มีแบบสอบถามที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วนสมบูรณ์และไม่สามารถติดตามทวงถามได้จำนวน 9 ชุด คงเหลือแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลได้จำนวน 752 ชุด รายละเอียดของแบบสอบถามที่ตอบกลับและมีความสมบูรณ์มีดังนี้

จากตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางที่กำหนดไว้ไม่ต่ำกว่า 400 ราย พบว่ามีการตอบกลับจำนวน 227 ราย (ร้อยละ 56.7) ในจำนวนนี้มีวิสาหกิจภาคการผลิต 85 ราย วิสาหกิจภาคการค้า 47 ราย และวิสาหกิจภาคการบริการ 95 ราย สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมที่กำหนดตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 400 รายพบว่า มีการตอบกลับในจำนวนที่มากกว่าคือ 525 ราย (ร้อยละ 131.2) โดยมีตัวอย่างวิสาหกิจภาคการผลิต 130 ราย วิสาหกิจภาคการค้า 160 ราย และวิสาหกิจภาคการบริการ 235 ราย และพบว่าในจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมส่วนใหญ่มีผลประกอบการที่เจริญเติบโตมากกว่าไม่เจริญเติบโต หากพิจารณาเฉพาะยอดขายและกำไรสุทธิ สถานประกอบการที่เจริญเติบโตมีถึงร้อยละ 60

โดยสรุปแล้วตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละขนาดและแต่ละประเภทที่ได้ข้อมูลกลับมามีจำนวนมากพอ และมีทั้งวิสาหกิจที่เจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโตเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้ตัวแบบทางสถิติได้ โดยวิสาหกิจขนาดกลางมี 227 ราย ขนาดย่อม 525 ราย ภาคการผลิต 215 ราย ภาคการค้า 207 ราย และภาคการบริการ 330 ราย โดยในกลุ่มที่มีขนาดตัวอย่างต่ำกว่า 400 ราย เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนตามสูตรของ Yamane จะไม่มากกว่า 0.07

4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ข้อมูลด้านเพศ อายุ ตำแหน่ง ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง ระดับการศึกษาสูงสุด การศึกษาในต่างประเทศ ระดับการศึกษาในต่างประเทศ และข้อมูลภูมิหลังของการดำเนินกิจการ ผลการวิจัยมีดังนี้

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ลักษณะของผู้ประกอบการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ						
หญิง	75	33.0	189	36.0	264	35.1
ชาย	152	67.0	336	64.0	488	64.9
2. อายุ						
20-30 ปี	15	6.6	29	5.5	44	6.0
31-35 ปี	25	11.0	54	10.3	79	10.5
36-40 ปี	23	10.1	92	17.5	115	15.3
41-45 ปี	31	13.7	94	17.9	125	16.6
46-50 ปี	41	18.1	87	16.6	128	17.0
51-55 ปี	42	18.5	65	12.4	107	14.2
56-60 ปี	24	10.6	74	14.1	98	13.0
มากกว่า 60 ปี	26	11.4	30	5.7	56	7.4
3. ตำแหน่ง						
เจ้าของ / หุ้นส่วน	130	57.3	427	81.3	557	74.1
ผู้บริหาร	97	42.7	98	18.7	195	25.9

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลักษณะของผู้ประกอบการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4. ระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่ง						
1-5 ปี	62	27.3	167	31.8	229	30.5
6-10 ปี	45	19.8	150	28.6	195	25.9
11-15 ปี	35	15.4	61	11.6	96	12.8
16-20 ปี	33	14.5	63	12.0	96	12.8
21-25 ปี	17	7.5	40	7.6	57	7.6
26-30 ปี	28	12.3	20	3.8	48	6.4
มากกว่า 30 ปี	7	3.0	24	4.6	31	4.0
5. ระดับการศึกษาสูงสุด						
ประถมศึกษาตอนต้น	13	5.7	17	3.2	30	4.0
ประถมศึกษาตอนปลาย	-	-	11	2.1	11	1.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	-	-	18	3.4	18	2.4
มัธยมศึกษาตอนปลาย / ปวช.	11	4.9	36	6.9	47	6.3
อนุปริญญา / ปวส.	11	4.9	20	3.8	31	4.0
ปริญญาตรี	94	41.4	280	53.3	374	49.7
ปริญญาโท	91	40.1	129	24.6	220	29.3
ปริญญาเอก	7	3.0	14	2.7	21	2.8
6. การศึกษาในต่างประเทศ						
ไม่เคยศึกษาในต่างประเทศ	152	67.0	434	82.7	586	77.9
เคยศึกษาในต่างประเทศ	75	33.0	91	17.3	166	22.1

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ลักษณะของผู้ประกอบการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7. ระดับการศึกษาในต่างประเทศ						
ประถม และมัธยมศึกษา	3	4.0	2	2.2	5	3.0
ปริญญาตรี	6	8.0	20	22.0	26	15.6
ปริญญาโท และปริญญาเอก	52	69.3	31	34.0	83	50.0
อื่นๆ เช่น หลักสูตรการอบรม ระยะสั้น และศึกษาดูงาน	14	18.7	38	41.8	52	31.4

จากตารางที่ 4.3 ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.9 มีการกระจายของอายุในช่วง 5 ปีระหว่าง 36 ถึง 60 ปีพอๆ กันคือระหว่างร้อยละ 13 ถึงร้อยละ 17 เมื่อเปรียบเทียบตามขนาดของวิสาหกิจพบว่าผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางจะมีอายุอยู่ในช่วง 46-55 ปี มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 36.6 ส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีอายุอยู่ในช่วงที่น้อยกว่าคือ 36-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.0

เมื่อพิจารณาการดำรงตำแหน่งของผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนมากถึงร้อยละ 74.1 โดยระยะเวลาการดำรงตำแหน่งประมาณ 1-10 ปี มีจำนวนสัดส่วนมากกว่าครึ่งของผู้ประกอบการทั้งหมดคือร้อยละ 56.4 ที่เหลือคือมีระยะเวลาดำรงตำแหน่ง 11-20 ปี และ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.6 และ 14.0 ตามลำดับ ขณะที่พบว่าผู้ประกอบการที่ดำรงตำแหน่งมากกว่า 30 ปีมีจำนวนน้อยมากเพียงร้อยละ 4.0 การกระจายของข้อมูลระยะเวลาการดำรงตำแหน่งผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีรูปแบบเดียวกันกับข้อมูลในภาพรวม

ข้อมูลด้านการศึกษาของผู้ประกอบการพบว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงคือสำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรี และปริญญาโทมากที่สุดถึงร้อยละ 79.0 ในจำนวนดังกล่าวเป็นการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 49.7 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากถึงร้อยละ 53.3 ส่วนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางมีการศึกษาในระดับปริญญาตรีและปริญญาโทพอๆ กันประมาณร้อยละ 40.0 ส่วนใหญ่ไม่เคยศึกษาในต่างประเทศคิดเป็นร้อยละ 77.9 ผู้ที่เคยศึกษาในต่างประเทศร้อยละ 50.0 เป็นการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอก รองลงมา ร้อยละ 31.4 เป็นการอบรมระยะสั้นและการศึกษาดูงาน เมื่อพิจารณาแยกตามขนาดวิสาหกิจพบว่า

สัดส่วนของการศึกษาระดับปริญญาโทและปริญญาเอกในต่างประเทศของผู้ประกอบการ วิชากิจ
ขนาดกลางมีมากกว่าวิชากิจขนาดย่อม

ตารางที่ 4.4 ภูมิหลังของการดำเนินกิจการ

ภูมิหลังของการดำเนินกิจการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การสืบทอดกิจการต่อจากครอบครัว						
เป็นกิจการสืบทอดต่อจากครอบครัว	105	46.3	140	26.7	245	32.6
เป็นกิจการที่บุกเบิกด้วยตนเอง	122	53.7	385	73.3	507	67.4
2. การได้รับการสนับสนุน และช่วยเหลือกิจการต่อจากครอบครัว						
ไม่ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือใดๆ จากครอบครัว	10	9.5	13	9.3	23	9.4
ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือจากครอบครัวอยู่เสมอ	95	90.5	127	90.7	222	90.6
3. การสนับสนุนจากครอบครัว						
เงินทุน	74	-	103	-	177	-
ให้คำปรึกษา	86	-	114	-	200	-
แก้ปัญหาต่างๆ	60	-	83	-	143	-
4. ประสบการณ์ของการได้รับการฝึกฝนก่อนการทำธุรกิจ						
ไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อน	86	37.9	268	51.0	354	47.1
มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเด็ก หรือวัยรุ่น	141	62.1	257	49.0	398	52.9

จากตารางที่ 4.4 ข้อมูลภูมิหลังของการดำเนินกิจการ พบว่า กิจการที่ดำเนินอยู่ทั้งที่เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง และวิสาหกิจขนาดย่อมผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่ริเริ่มบุกเบิกธุรกิจด้วยตนเองในภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 67.4 วิสาหกิจขนาดกลางร้อยละ 53.7 และวิสาหกิจขนาดย่อมร้อยละ 73.3 และในจำนวนผู้ประกอบการที่สืบทอดกิจการต่อจากครอบครัวมักเป็นผู้ที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวอยู่เสมอ คิดเป็นร้อยละถึง 90.6 โดยมักจะได้รับการสนับสนุนในด้านการให้คำปรึกษา เงินทุน และการแก้ปัญหาต่างๆ ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาถึงประสบการณ์ของผู้ประกอบการพบว่า สัดส่วนของผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และไม่มีประสบการณ์การทำธุรกิจมาก่อนมีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันมากนักคือร้อยละ 52.9 และ 47.1 อย่างไรก็ตามเมื่อจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่จะเป็นผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ และได้รับการฝึกฝนการทำธุรกิจมาตั้งแต่วัยเด็ก หรือวัยรุ่นมากถึงร้อยละ 62.1 ขณะที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดย่อมมีสัดส่วนของการมีประสบการณ์และไม่มีประสบการณ์อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน

4.2.2 ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ

ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ ได้แก่ รูปแบบและระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการ ประเภทและขนาดของสถานประกอบการ และผลประกอบการเฉลี่ยย้อนหลังของสถานประกอบการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตารางที่ 4.5 รูปแบบและระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการ

รูปแบบและระยะเวลาการ ก่อตั้ง	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบของสถาน ประกอบการ						
เจ้าของคนเดียว	37	16.3	136	25.9	173	23.0
บริษัทจำกัด	164	72.2	233	44.4	397	52.8
ห้างหุ้นส่วน	26	11.5	147	28.0	173	23.0
ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล	-	-	9	1.7	9	1.2

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

รูปแบบและระยะเวลาการก่อตั้ง	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
2. ระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการ						
1-5 ปี	21	9.3	110	20.9	131	17.4
6-10 ปี	32	14.1	150	28.6	182	24.2
11-15 ปี	22	9.7	49	9.3	71	9.4
16-20 ปี	45	19.8	97	18.5	142	18.9
21-25 ปี	31	13.6	45	8.6	76	10.1
26-30 ปี	29	12.8	22	4.2	51	6.8
มากกว่า 30 ปี	47	20.7	52	9.9	99	13.2

จากตารางที่ 4.5 พบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในรูปของบริษัทจำกัดคิดเป็นร้อยละ 52.8 รองลงมาคือ เจ้าของคนเดียวและห้างหุ้นส่วนซึ่งมีจำนวนเท่ากันคิดเป็นร้อยละ 23.0 ส่วนห้างหุ้นส่วนสามัญมีจำนวนน้อยที่สุดเพียงร้อยละ 1.2 เมื่อพิจารณาตามขนาดพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางเป็นบริษัทจำกัดสูงถึงร้อยละ 72.2 ขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมเป็นบริษัทจำกัดร้อยละ 44.4

สำหรับระยะเวลาการก่อตั้งของสถานประกอบการพบว่า สถานประกอบการที่มีระยะเวลาการก่อตั้งไม่เกิน 10 ปีมีจำนวนถึงร้อยละ 41.6 โดยวิสาหกิจขนาดกลางมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจยาวกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม

ตารางที่ 4.6 ประเภทของสถานประกอบการ

ประเภทของสถาน ประกอบการ	ขนาดกลาง		ขนาดย่อม		รวม	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. การผลิต	85	37.4	130	24.8	215	28.6
2. การค้า	47	20.7	160	30.4	207	27.5
3. การบริการ	95	41.9	235	44.8	330	43.9
รวม	227	100.0	525	100.0	752	100.0

จากตารางที่ 4.6 พบว่าสถานประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในภาคการบริการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 43.9 ที่เหลือเป็นวิสาหกิจภาคการผลิต และภาคการค้าในจำนวนพอๆ กัน เมื่อพิจารณาแยกตามขนาด วิสาหกิจขนาดกลางมีภาคการบริการและภาคการผลิตต่างกันเล็กน้อย แต่สูงกว่าภาคการค้าเกือบ 2 เท่า ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นภาคบริการสูงสุดร้อยละ 44.8 รองลงมาเป็นภาคการค้า ส่วนภาคการผลิตน้อยที่สุด

จากแบบสอบถามที่ให้สถานประกอบการระบุร้อยละของผลประกอบการในด้าน ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตว่าเพิ่มขึ้นหรือลดลงเป็นร้อยละเท่าใด เมื่อเทียบกับปีก่อนหรือผลประกอบการเท่าเดิม จากตัวเลขร้อยละของการเพิ่มขึ้นซึ่งจะให้ เครื่องหมายบวก และร้อยละที่ลดลงซึ่งให้เครื่องหมายลบนำมาหาค่าเฉลี่ยของทั้ง 3 ช่วงปี (ปี 2551 เทียบกับปี 2550 ปี 2552 เทียบกับปี 2551 และปี 2553 เทียบกับปี 2552) หากค่าเฉลี่ยเป็นบวกถือว่ามีการเจริญเติบโต หากค่าเฉลี่ยเป็นลบถือว่าไม่เจริญเติบโต ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 หรือใกล้ 0 ถือว่าเท่าเดิม ผลการวิเคราะห์แสดงตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 ผลประกอบการเฉลี่ยย้อนหลัง 4 ปี (พ.ศ.2550-2553) ของสถานประกอบการ

ผลประกอบการเฉลี่ย	เติบโต		ไม่เติบโต		เท่าเดิม		ไม่ตอบ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. ยอดขาย	498	66.2	173	23.0	78	10.3	3	0.4
2. กำไรสุทธิ	465	61.8	176	23.4	76	10.1	35	4.6
3. เงินทุน	294	39.1	48	6.3	315	41.9	95	12.6
4. สินทรัพย์รวม	367	48.8	54	7.1	222	29.5	109	14.5
5. กำลัการผลิต	249	33.1	73	9.7	258	34.3	172	22.8

ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีผลประกอบการที่เจริญเติบโต โดยมีการเติบโตในด้านยอดขาย ร้อยละ 66.2 กำไรสุทธิ ร้อยละ 61.8 และสินทรัพย์รวม ร้อยละ 48.8 สำหรับเงินทุนส่วนใหญ่เท่าเดิม ร้อยละ 41.9 สำหรับกำลัการผลิตสัดส่วนของการเติบโตและเท่าเดิมพอๆ กัน คิดเป็นร้อยละ 33.1 และ 34.3 ตามลำดับ

4.2.3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

การคิดระดับคะแนนของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจแต่ละด้านที่มีคะแนนเต็ม 5 มาจากการตอบข้อคำถาม 5 ข้อ แต่ละข้อให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุว่าใช่หรือไม่ใช่ ซึ่งหมายถึงมีการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติแล้วแปลเป็นคะแนน 1 หากตอบว่าใช่ หรือ 0 หากตอบว่าไม่ใช่และไม่แน่ใจ ผู้วิจัยได้แปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยจัดแบ่งค่าเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21-5.00 หมายถึง มีคุณลักษณะมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.41-4.20 หมายถึง มีคุณลักษณะมาก

ระดับคะแนน 2.61-3.40 หมายถึง มีคุณลักษณะปานกลาง

ระดับคะแนน 1.81-2.60 หมายถึง มีคุณลักษณะน้อย

ระดับคะแนน 1.00-1.80 หมายถึง มีคุณลักษณะน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (n=752)		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ความสามารถในการบริหารจัดการ	3.68	1.17	มาก
2. การสร้างนวัตกรรม	4.28	1.02	มากที่สุด
3. การทำงานเชิงรุก	3.94	1.15	มาก
4. การเรียนรู้	4.26	1.07	มากที่สุด
5. ความอดทน	4.12	1.12	มาก
6. จริยธรรมทางธุรกิจ	4.01	1.04	มาก
7. เครือข่ายของผู้ประกอบการ	3.00	1.41	ปานกลาง
8. การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ	3.82	1.19	มาก
9. ความมุ่งมั่น ฯ	3.84	1.14	มาก
10. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	3.93	1.37	มาก
11. การบริหารความเสี่ยง	2.94	1.52	ปานกลาง
รวม	3.80	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.8 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยคะแนนคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาพรวมทั้ง 11 ด้านมีค่าเฉลี่ย 3.80 อยู่ในระดับมาก มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 คิดเป็นร้อยละ 19.47 ของค่าเฉลี่ย แสดงว่าผู้ประกอบการมีการปฏิบัติที่เป็นคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ไม่แตกต่างกันมากนัก และเมื่อนำค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะแต่ละด้านมาหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมพบว่ามีค่า 0.16 แสดงถึงคุณลักษณะแต่ละด้านมีการกระจายพอๆ กัน ส่วนการพิจารณาถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการจำแนกตามรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติด้านการสร้างนวัตกรรมในระดับมากที่สุด ลำดับรองลงไปคือการเรียนรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนเท่ากับ 4.28 และ 4.26 ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีการปฏิบัติน้อยที่สุดคือ ด้านการบริหารความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับปานกลาง เท่ากับ 2.94 และลำดับถัดขึ้นไปเป็นเครือข่ายของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ
จำแนกตามขนาดของวิสาหกิจ

คุณลักษณะ ของการเป็น ผู้ประกอบการ	วิสาหกิจขนาดกลาง (n=227)			วิสาหกิจขนาดย่อม (n=525)		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1. ความสามารถในการบริหารจัดการ	3.81	1.07	มาก	3.62	1.21	มาก
2. การสร้างนวัตกรรม	4.49	0.93	มากที่สุด	4.19	1.04	มาก
3. การทำงานเชิงรุก	4.14	1.11	มาก	3.86	1.16	มาก
4. การเรียนรู้	4.42	1.07	มากที่สุด	4.18	1.06	มาก
5. ความอดทน	4.36	0.95	มากที่สุด	4.02	1.17	มาก
6. จริยธรรมทางธุรกิจ	4.06	1.12	มาก	3.99	1.01	มาก
7. เครือข่ายของผู้ประกอบการ	3.16	1.28	ปานกลาง	2.93	1.46	ปานกลาง
8. การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ	3.75	1.24	มาก	3.85	1.17	มาก
9. ความมุ่งมั่น ฯ	4.11	1.11	มาก	3.72	1.14	มาก
10. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	4.16	1.19	มาก	3.83	1.43	มาก
11. การบริหารความเสี่ยง	3.18	1.44	ปานกลาง	2.84	1.55	ปานกลาง
รวม	3.97	0.75	มาก	3.73	0.72	มาก

ตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจจำแนกตามขนาดกลางและขนาดย่อมมีการปฏิบัติในคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมทั้ง 11 ด้านไม่แตกต่างกันคือมีค่าเฉลี่ยคะแนน 3.97 และ 3.73 อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในภาพรวมไม่

ต่างกันคือ 0.75 และ 0.72 หรือประมาณร้อยละ 18.50 ของค่าเฉลี่ย เช่นเดียวกับการนำค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะแต่ละด้านมาหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมจำแนกตามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่ามีความเท่ากัน 0.14 และ 0.18 แสดงถึงข้อมูลคุณลักษณะมีการกระจายไม่ต่างกันมาก

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าส่วนใหญ่ (8 ใน 11 ด้าน) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนวิสาหกิจขนาดกลางต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม หมายความว่า การกระจายของข้อมูลในด้านเหล่านั้นของวิสาหกิจขนาดกลางมีน้อยกว่าวิสาหกิจขนาดย่อม

4.2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการ

การคิดระดับคะแนนของคุณลักษณะของสถานประกอบการ ทำเช่นเดียวกับระดับคะแนนของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ โดยลักษณะแต่ละด้านมีข้อคำถาม 5 ข้อ แต่ละข้อหากมีการปฏิบัติเป็นคะแนน 1 ไม่ปฏิบัติและไม่แน่ใจเป็น 0 และความหมายของค่าเฉลี่ยของคะแนนเป็นเช่นเดียวกับที่ปรากฏในหัวข้อที่ 4.2.3 ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของคุณลักษณะของสถานประกอบการ

ลักษณะของสถานประกอบการ	วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (n=752)		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. นวัตกรรมองค์กร	3.72	1.48	มาก
2. เงินทุน	2.95	1.75	ปานกลาง
3. เครือข่ายของสถานประกอบการ	3.14	1.58	ปานกลาง
4. กลยุทธ์การตลาด	3.37	1.47	ปานกลาง
5. บุคลากรที่ดี	3.33	1.56	ปานกลาง
6. ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน	3.85	1.44	มาก
7. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	3.44	1.56	มาก
รวม	3.40	1.07	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.10 ลักษณะของสถานประกอบการในภาพรวมพบว่ามีค่าเฉลี่ยของคะแนนเท่ากับ 3.40 อยู่ในระดับปานกลาง และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.07 คิดเป็นร้อยละ 31.47 ของค่าเฉลี่ย แสดงว่าระดับการปฏิบัติที่เกี่ยวกับลักษณะของสถานประกอบการในภาพรวมมี

การกระจายสูง อย่างไรก็ตามเมื่อนำค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของลักษณะแต่ละด้านมาหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานได้ค่าเท่ากับ 0.10 แสดงถึงลักษณะแต่ละด้านมีการกระจายที่ไม่แตกต่างกันมาก

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าสถานประกอบการมีการปฏิบัติในด้านความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน นวัตกรรมองค์กร และองค์กรมีการทำงานเชิงรุกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยของคะแนนเท่ากับ 3.85 3.72 และ 3.44 ตามลำดับ และคุณลักษณะด้านนวัตกรรมองค์กรของสถานประกอบการมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะการสร้างนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุดเช่นกัน ส่วนลักษณะของสถานประกอบการด้านอื่นๆ พบว่ามีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ในระดับปานกลางเท่ากันโดยลักษณะด้านเงินทุนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (ค่าเฉลี่ย 2.95)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของลักษณะของสถานประกอบการจำแนกตามขนาดของวิสาหกิจ

ลักษณะของ สถานประกอบการ	วิสาหกิจขนาดกลาง (n=227)			วิสาหกิจขนาดย่อม (n=525)		
	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
1. นวัตกรรมองค์กร	4.03	1.36	มาก	3.59	1.50	มาก
2. เงินทุน	3.64	1.52	มาก	2.66	1.76	ปาน กลาง
3. เครือข่ายของสถาน ประกอบการ	3.59	1.41	มาก	2.94	1.61	ปาน กลาง
4. กลยุทธ์การตลาด	3.46	1.41	มาก	3.33	1.49	ปาน กลาง
5. บุคลากรที่ดี	3.32	1.54	ปาน กลาง	3.33	1.57	ปาน กลาง
6. ความเป็นอันหนึ่ง เดียวกัน	3.74	1.43	มาก	3.89	1.45	มาก
7. องค์กรมีการ ทำงานเชิงรุก	3.69	1.42	มาก	3.33	1.61	ปาน กลาง
รวม	3.64	1.03	มาก	3.29	1.07	ปาน กลาง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีค่าเฉลี่ยของคะแนนแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันคือ วิสาหกิจขนาดกลางมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 อยู่ในระดับปานกลาง สำหรับค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนไม่แตกต่างกันมากนักระหว่างวิสาหกิจขนาดกลาง (1.03) และวิสาหกิจขนาดย่อม (1.07) และการกระจายของลักษณะแต่ละด้านไม่ต่างกันมากแสดงจากค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแต่ละด้านซึ่งคำนวณได้เท่ากับ 0.06 ของวิสาหกิจขนาดกลาง และ 0.10 ของวิสาหกิจขนาดย่อม

ส่วนข้อมูลลักษณะของสถานประกอบการแต่ละด้านพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน ยกเว้นด้านบุคลากรโดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.46 ถึง 4.03 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 1.36 ถึง 1.52 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.66 ถึง 3.33 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง 1.49 ถึง 1.76 ที่เหลือคือด้านนวัตกรรมองค์กร และความเป็นอันหนึ่งเดียวกันมีการปฏิบัติในระดับมาก

4.3 การวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการของวิสาหกิจที่เจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโต

สำหรับการวัดผลประกอบการผู้วิจัยได้พิจารณาผลการดำเนินงานด้านยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตของของสถานประกอบการจากการประเมินผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ 4 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2550 ถึง พ.ศ.2553 โดยพิจารณาการเปลี่ยนแปลงใน 3 ช่วงเวลาโดยให้ผู้ประกอบการประเมินเป็นคำร้อยละที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงของผลประกอบการเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แล้วนำข้อมูลมาหาค่าเฉลี่ยเพื่อพิจารณาผลประกอบการที่เติบโตและไม่เติบโต จากนั้นนำข้อมูลมาทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคะแนนคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการของกลุ่มที่เติบโตและไม่เติบโต จำแนกตามยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิตด้วยการทดสอบค่าที่ (t-Test) ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า กลุ่มของสถานประกอบการที่เติบโตและกลุ่มของสถานประกอบการที่ไม่เติบโตไม่ว่าจะพิจารณาจากด้านใด (ยอดขาย กำไรสุทธิ เงินทุน สินทรัพย์รวม และกำลังการผลิต) มีคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลาง สถานประกอบการที่เจริญเติบโตและไม่เติบโตมีคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงลักษณะของสถานประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่ว่าจะวัดการเติบโตจากตัวแปรใด ส่วนคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรแสดงคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 เฉพาะการเติบโตที่วัดด้วยยอดขายและสินทรัพย์รวมเท่านั้น (รายละเอียดแสดงในภาคผนวก ก)

ในการวิเคราะห์ความแตกต่างของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการของวิสาหกิจกลุ่มที่เจริญเติบโตและไม่เจริญเติบโตเป็นการวิเคราะห์ในเบื้องต้นเพื่อความเชื่อมั่นในการวิเคราะห์ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้างต่อไป

4.4 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling)

ในการศึกษาคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมของประเทศไทย ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง เพื่อเปรียบเทียบ และประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย จำแนกตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจ ตามลำดับต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

2. การวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างของการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ

โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปรเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) สำหรับการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง 4 ข้อ ดังนี้ (Jöreskog & Sörbom, 1989, p. 2 อ้างถึงใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542, น. 25-28)

1. การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบลักษณะของการแจกแจงของตัวแปรด้วยสถิติบรรยาย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.12 ค่าสถิติที่สำคัญของตัวแปร (จำนวน 752 คน)

ตัวแปร	Mean	S.D.	Skewness	Kurtosis
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)				
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	3.67	1.17	-0.32	-0.57
การสร้างนวัตกรรม (INO)	4.28	1.02	-0.83	-0.34
การทำงานเชิงรุก (ACT)	3.94	1.15	-0.55	-0.64
การเรียนรู้ (LEA)	4.25	1.07	-0.86	-0.34
ความอดทน (TOL)	4.12	1.12	-0.68	-0.51
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	4.01	1.04	-0.50	-0.59
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	3.00	1.41	-0.13	-0.59
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	3.81	1.19	-0.44	-0.63
ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม (ACH)	3.83	1.14	-0.43	-0.62
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	3.93	1.37	-0.64	-0.66
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	2.94	1.52	-0.16	-0.71
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)				
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	3.72	1.48	-0.57	-0.76
เงินทุน (MON)	2.95	1.75	-0.19	-1.01
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	3.13	1.58	-0.26	-0.80
กลยุทธ์การตลาด (STA)	3.36	1.47	-0.30	-0.77
บุคลากรที่ดี (PER)	3.32	1.56	-0.30	-0.83
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	3.84	1.44	-0.62	-0.72
องค์กรมีทำงานเชิงรุก (PRE)	3.44	1.56	-0.38	-0.85
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)				
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	6.18	15.34	0.00	-0.00
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	3.88	15.08	-0.00	-0.00
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	4.41	13.27	0.15	0.19
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	6.65	16.11	0.07	0.03
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	3.81	11.46	0.07	0.12

จากตารางที่ 4.12 พบว่าตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีค่าเฉลี่ยของคะแนนการสร้างนวัตกรรมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ ด้านการเรียนรู้ และด้านความอดทน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และ 4.12 ตามลำดับ ส่วนคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านการบริหารความเสี่ยง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.94

เมื่อพิจารณาตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ พบว่า ความเป็นอันหนึ่งเดียวกันมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.84 รองลงมาคือ นวัตกรรมองค์กร และองค์การมีการทำงานเชิงรุกโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และ 3.44 ตามลำดับ

สำหรับตัวแปรการเจริญเติบโตของวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยของร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวมสูงที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.65 รองลงมาคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ และร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 6.18, 4.41, 3.88 และ 3.81 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัย พบว่า ค่าที่ได้สำหรับตัวแปรสาเหตุมีค่าระหว่าง 1.02 – 1.75 แสดงว่าข้อมูลที่ได้มีการกระจายปานกลาง (บุญชม ศรีสะอาด, 2541, น. 94) และเมื่อพิจารณาค่าความเบ้และความโด่ง พบว่า ตัวแปรสาเหตุและตัวแปรตามมีค่าความเบ้ไม่เกิน 2 และมีค่าความโด่งไม่เกิน 3 ซึ่งถือว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Kline, 2005, p. 50) ดังนั้นผู้วิจัยจึงถือว่าข้อมูลดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างต่อไป

2. การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ในการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง โดยใช้การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว (Bivariate relationship) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) ผลของการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.13 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	LGRO	LENT	LCOM
1. ตัวแปรการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)	1		
2. ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.13**	1	
3. ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	0.18**	0.71**	1

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.13 พบว่าตัวแปรที่ศึกษามีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.01 ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการกับลักษณะของสถานประกอบการอยู่ในระดับสูงโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.71 ส่วนตัวแปรการเจริญเติบโตของวิสาหกิจมีความสัมพันธ์ที่ไม่สูงนักกับลักษณะของสถานประกอบการ ($r = 0.18$) และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ($r = 0.13$)

นอกจากนี้การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติทดสอบคือค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และค่า Bartlett's Test of Sphericity ค่า KMO มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 ถ้าค่า KMO มีค่า 0.80 ขึ้นไปหมายความว่าข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบดีมาก แต่ถ้าน้อยกว่า 0.50 หมายความว่าข้อมูลไม่เหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบ ส่วนค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญแสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (Hair et al. อ้างถึงใน สุขุมมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ, และรัชณีกุล ภิญญโณภาณุวัฒน์, 2552) ผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.14 การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล

ตัวแปร	KMO	Bartlett's Test of Sphericity		
		Chi-Square	df	p-value
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.884	2219.407	55	0.000**
ความสามารถในการบริหารจัดการ	0.623	250.290	10	0.000**
การสร้างนวัตกรรม	0.659	339.680	10	0.000**
การทำงานเชิงรุก	0.636	346.714	10	0.000**
การเรียนรู้	0.733	457.816	10	0.000**
ความอดทน	0.675	302.280	10	0.000**
จริยธรรมทางธุรกิจ	0.595	203.183	10	0.000**
เครือข่ายของผู้ประกอบการ	0.688	346.600	10	0.000**
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ	0.598	403.242	10	0.000**
ความมุ่งมั่นในความสำเร็จและความพยายาม	0.637	184.358	10	0.000**
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	0.655	1533.709	10	0.000**
การบริหารความเสี่ยง	0.729	439.597	10	0.000**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	0.849	1607.443	21	0.000**
นวัตกรรมองค์กร	0.721	739.879	10	0.000**
เงินทุน	0.773	974.554	10	0.000**
เครือข่ายของสถานประกอบการ	0.738	848.251	10	0.000**
กลยุทธ์การตลาด	0.734	411.485	10	0.000**
บุคลากรที่ดี	0.747	546.800	10	0.000**
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน	0.745	851.069	10	0.000**
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	0.732	970.660	10	0.000**
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)	0.850	1822.649	10	0.000**

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่า KMO ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยอยู่ในระดับที่ดีเนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.50 และเข้าใกล้ 1 คือ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.595 ถึง 0.884 แสดงว่าข้อมูลมีความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์องค์ประกอบ สำหรับค่า Bartlett's Test of Sphericity พิจารณา ค่า Chi-Square

พบว่ามีความสำคัญ ($p < 0.05$) แสดงว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้

ท้ายสุดผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยใช้เกณฑ์อื่นๆ ร่วมด้วย ได้แก่ การวิเคราะห์ค่า Tolerance (สัดส่วนความแปรปรวนในตัวแปรที่อธิบายไม่ได้ด้วยตัวแปรอื่นๆ) และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ผลการทดสอบพบว่าค่า Tolerance เท่ากับ 0.51 โดยตามเกณฑ์แล้ว หากค่า Tolerance ที่มีค่า 0.01 หรือน้อยกว่าจะเป็นค่าที่ทำให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) (Norusis, 1995, p. 485) ส่วนค่า VIF มีค่า 1.96 โดยตามเกณฑ์แล้วหากค่า VIF ใกล้เคียง 10 จะทำให้เกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Steven, 1996, p. 77) ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรที่ศึกษาครั้งนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

3. การตรวจสอบความเป็นอิสระของความคลาดเคลื่อน

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถให้ความคลาดเคลื่อนในการวัดของตัวแปรแต่ละตัวในตัวแบบสัมพันธ์กันได้ซึ่งเป็นการผ่อนคลายน้อยลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ตามหลักการของตัวแบบสมการโครงสร้างซึ่งสามารถทำได้ จึงไม่ได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time series data) ที่มีการวัดข้อมูลมากกว่า 2 ครั้ง การวัดตัวแปรต้องไม่ได้รับอิทธิพลจากช่วงเวลาที่ผ่านมา (Time lag)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้วิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลาจึงไม่ต้องตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นข้อนี้

จากการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นข้างต้น จึงสรุปได้ว่าข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรที่ศึกษามีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างต่อไป

4.4.2 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างหรือการวิเคราะห์ตัวแบบลิสเรล (Linear Structural Relationship Model: LISREL) เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรในตัวแบบ โดยการหาขนาดอิทธิพลที่ปรากฏในความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุและทดสอบว่าตัวแบบที่สร้างขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัยเป็นอันดับแรก และเมื่อพบว่าตัวแบบไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตัวแบบ โดยในการปรับตัวแบบครั้งนี้ได้พิจารณาถึงความสมเหตุสมผลตามแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งได้อาศัยดัชนีการปรับ (Modification indices) จากผลการวิเคราะห์มาเป็นข้อมูลประกอบในการปรับตัวแบบ ผลจากการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบ

ตามสมมติฐานการวิจัยของข้อมูลจากตัวอย่างจำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.15 ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบตัวแบบตามสมมติฐาน

กลุ่มของตัวอย่าง	ค่าสถิติที่ได้จากการทดสอบตัวแบบตามสมมติฐาน									
	χ^2	df	P-value	RMSEA	SRMR	GFI	AGFI	NFI	NNFI	CFI
วิสาหกิจขนาดกลาง	784.10	227	0.00	0.10	0.075	0.77	0.72	0.85	0.87	0.88
วิสาหกิจขนาดย่อม	1,479.01	227	0.00	0.10	0.077	0.80	0.76	0.87	0.88	0.89
วิสาหกิจภาคการผลิต	945.94	227	0.00	0.12	0.094	0.72	0.66	0.82	0.84	0.85
วิสาหกิจภาคการค้า	824.26	227	0.00	0.11	0.090	0.74	0.69	0.81	0.83	0.85
วิสาหกิจภาคการบริการ	1,194.68	227	0.00	0.11	0.083	0.76	0.71	0.83	0.84	0.86

จากตารางที่ 4.15 เมื่อพิจารณาค่าสถิติตามเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องโดยรวม (Overall fit) ตามเกณฑ์การพิจารณาในบทที่ 3 แสดงให้เห็นว่าตัวแบบตามสมมติฐานทั้งจำแนกตามประเภทและขนาดของวิสาหกิจยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

อย่างไรก็ตามการที่ตัวแบบไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้น Jöreskog และ Sörbom ได้อธิบายไว้ว่าตัวแบบเริ่มแรกอาจจะไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผู้วิจัยจะต้องทำการปรับตัวแบบให้สอดคล้องเหมาะสมกับข้อมูล โดยในการปรับตัวแบบจะต้องเป็นไปตามแนวทางของทฤษฎีและมีความเที่ยงตรง ซึ่งในการวิเคราะห์ตัวแบบเพื่อค้นหาตัวแบบที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Modification searches) นั้นสามารถใช้เกณฑ์การพิจารณาจากค่าที (t) ซึ่งเป็นอิทธิพลของตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติเมื่อค่าที่มากกว่าหรือเท่ากับ 1.96 และการพิจารณาความสอดคล้องโดยรวม ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับตัวแบบโดยพิจารณาความเป็นไปได้ในทางทฤษฎีและสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรได้อย่างสมเหตุสมผล

ในการปรับตัวแบบครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตัวแบบโดยเริ่มจากการตัดเส้นอิทธิพลที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติของตัวแปรออกจากตัวแบบ ได้แก่ เส้นอิทธิพลของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งไปตัวแปรการเจริญเติบโต

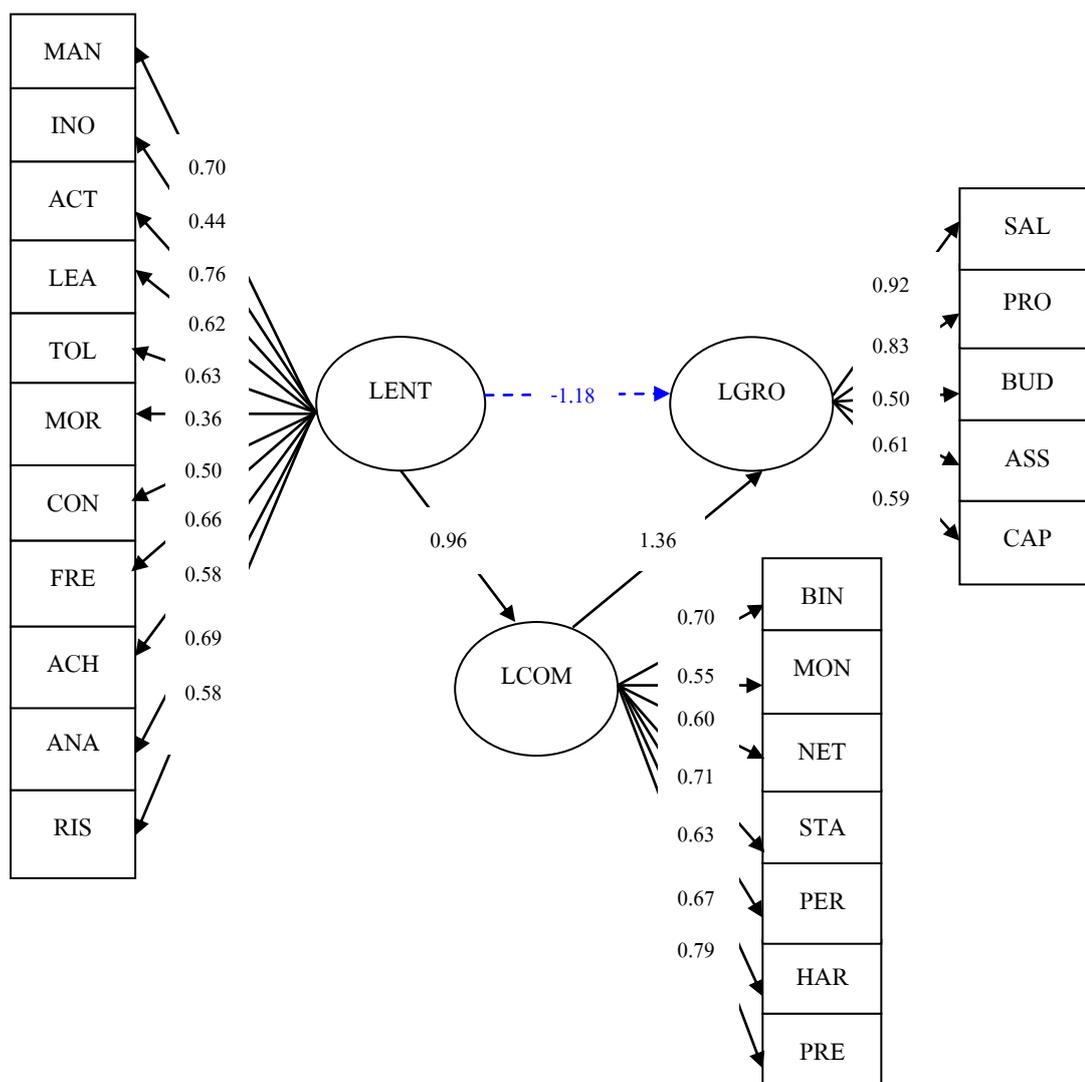
จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับตัวแบบโดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนในการวัดของตัวแปรแต่ละตัวในตัวแบบสัมพันธ์กันได้ตามหลักของการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง ซึ่งใน

การปรับตัวแบบครั้งนี้ผู้วิจัยปรับตัวแบบบนพื้นฐานของทฤษฎีและงานวิจัยเป็นหลัก โดยมีการดำเนินการคือได้ตรวจสอบผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ให้มีความสมเหตุสมผล รวมทั้งพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสอง (Squared multiple correlation coefficient) ให้มีความเหมาะสม ตลอดจนพิจารณาค่าความสอดคล้องรวมว่าโดยภาพรวมแล้วตัวแบบสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงใด

ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ จำแนกตามประเภท และขนาดของวิสาหกิจ หลังจากที่ได้ให้ความสำคัญเคลื่อนในการวัดมีความสัมพันธ์กันเป็นดังนี้

1) ผลการทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ จำแนกตามขนาดของ
 วิชาหกิจ

1. วิชาหกิจขนาดกลาง



$\chi^2 = 248.31$, $df = 178$, $p\text{-value} = 0.00$, $\chi^2/df = 1.39$, $RMSEA = 0.042$, $GFI = 0.91$, $AGFI = 0.86$,
 $SRMR = 0.051$, $NFI = 0.96$, $NNFI = 0.98$, $CFI = 0.98$

ภาพที่ 4.2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิชาหกิจขนาดกลาง

หมายเหตุ. --► หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ → หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.16 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดกลาง

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.70**	0.06	12.20
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.44**	0.06	6.77
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.76**	0.06	13.30
การเรียนรู้ (LEA)	0.62**	0.07	9.97
ความอดทน (TOL)	0.63**	0.06	10.42
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.36**	0.07	5.45
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.50**	0.08	7.70
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.66**	0.07	11.08
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.58**	0.07	9.20
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.69**	0.07	11.68
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.58**	0.09	9.52
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.70	-	-
เงินทุน (MON)	0.55**	0.10	8.49
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.60**	0.10	8.61
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.71**	0.10	10.22
บุคลากรที่ดี (PER)	0.63**	0.10	9.36
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.67**	0.10	9.75
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.79**	0.10	11.25

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่านำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน (SE)	t
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.92	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.83**	1.07	14.96
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.50**	0.70	8.17
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.61**	0.69	8.96
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.59**	0.65	10.05

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

จากภาพที่ 4.2 การทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง หลังจากที่ได้ทำการปรับแบบจำลองแล้วพบว่า ค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 248.31 ค่าองศาอิสระ (df) มีเท่ากับ 178 ค่า p-value มีค่าเท่ากับ 0.00 และเมื่อพิจารณาค่า χ^2/df ในที่นี้มีค่าเท่ากับ 1.39 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2.00 แสดงถึงตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Tabachnik & Fidell, 2007) และค่าดัชนีตัวอื่นๆ ได้แก่ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.042 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงถึงความสอดคล้องในระดับดีมาก ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (GFI) เท่ากับ 0.91 และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.86 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.051 มีค่าเข้าใกล้ศูนย์แสดงถึงความสอดคล้องในระดับดีมาก และดัชนีวัดความสอดคล้อง NFI NNFI และ CFI มีค่าเท่ากับ 0.96 0.98 และ 0.98 ตามลำดับ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 จึงสามารถอธิบายได้ว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางพบว่า ค่าน้ำหนักของตัวแปรทุกตัวแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวก เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า มีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.36 ถึง 0.76 โดยตัวแปรการทำงานเชิงรุกมีค่าน้ำหนักมากที่สุด ลำดับถัดไปคือ ความสามารถในการบริหารจัดการ และการวิเคราะห์ตลาด และคู่แข่ง มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.76 0.70 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนลักษณะของสถานประกอบการ พบว่า ตัวแปรองค์การมีการทำงานเชิงรุกมีค่าน้ำหนักมากที่สุด รองลงมาคือ กลยุทธ์การตลาด และนวัตกรรมองค์การมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.79 0.71 และ 0.70 ตามลำดับ

สำหรับตัวแปรการเจริญเติบโตพบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักระหว่าง 0.50 ถึง 0.92 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ และร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.92 0.83 และ 0.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจขนาดกลาง

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.96**	-	0.96**	-1.18	1.31	0.13
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	1.36*	-	1.36*
R ²	0.93			0.16		

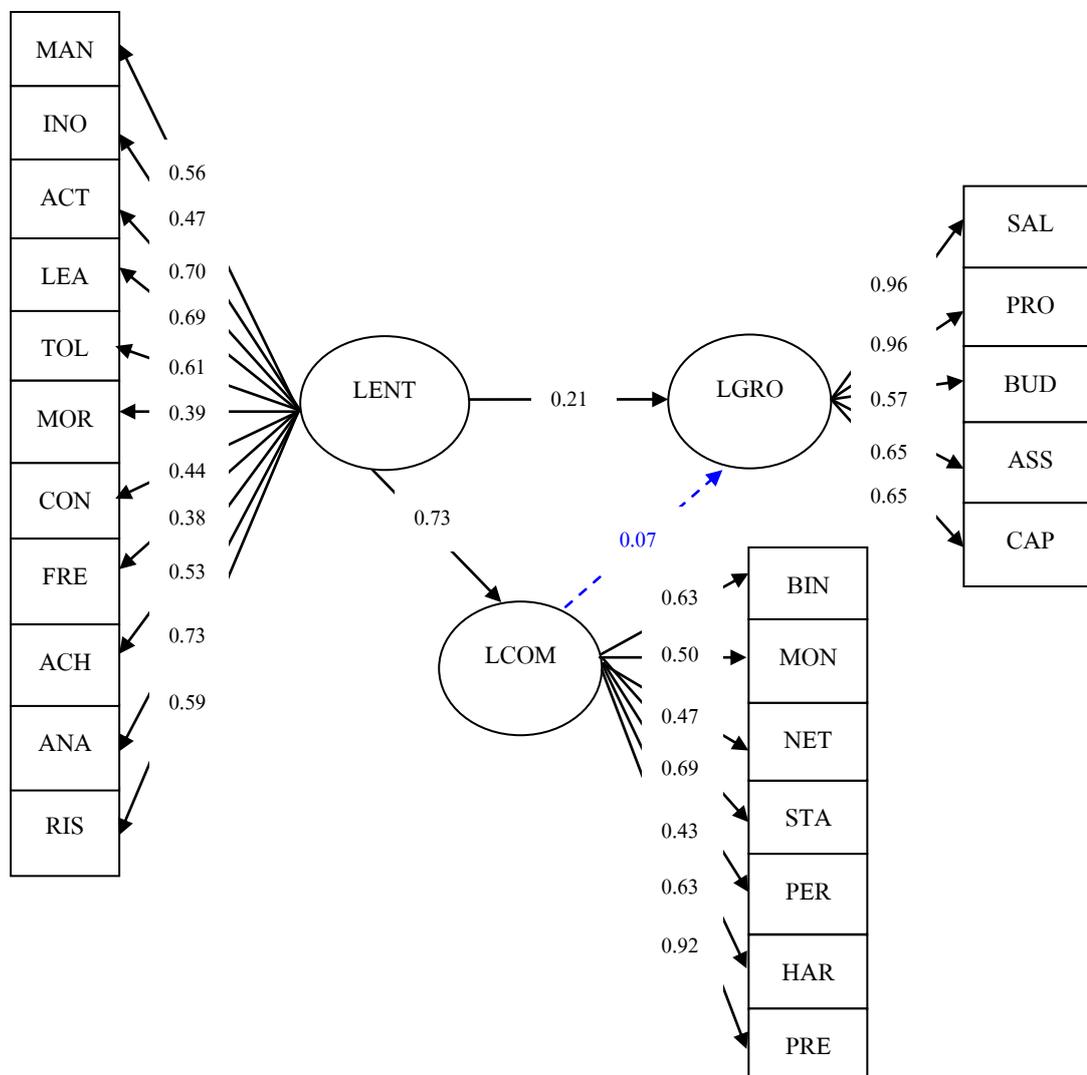
หมายเหตุ. * p < 0.05, ** p < 0.01

จากตารางที่ 4.17 พบว่าตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 ไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 1.36

ความแปรปรวนของตัวแปรผลซึ่งอธิบายได้จากตัวแปรสาเหตุซึ่งได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองพบว่า ร้อยละ 93.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่ร้อยละ 16.0 ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบข้างต้นสรุปได้ว่า ตัวแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจขนาดกลางมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเจริญเติบโตมีเพียงลักษณะของสถานประกอบการเท่านั้น โดยตัวแปรที่สำคัญ ได้แก่ องค์การมีการทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.79) กลยุทธ์การตลาด (ค่าน้ำหนัก 0.71) และ นวัตกรรมองค์การ (ค่าน้ำหนัก 0.70)

2. วิสาหกิจขนาดย่อม



$\chi^2 = 158.74$, $df = 139$, $p\text{-value} = 0.12$, $\chi^2/df = 1.14$, $RMSEA = 0.016$, $GFI = 0.97$, $AGFI = 0.95$,
 $SRMR = 0.041$, $NFI = 0.99$, $NNFI = 1.00$, $CFI = 1.00$

ภาพที่ 4.3 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อม

หมายเหตุ. --> หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ → หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อม

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.56**	0.05	13.04
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.47**	0.05	10.76
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.70**	0.05	17.63
การเรียนรู้ (LEA)	0.69**	0.04	17.09
ความอดทน (TOL)	0.61**	0.05	14.73
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.39**	0.05	8.50
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.44**	0.06	10.14
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.38**	0.05	8.50
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.53**	0.05	12.21
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.73**	0.06	17.79
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.59**	0.06	14.12
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.63	-	-
เงินทุน (MON)	0.50**	0.09	9.76
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.47**	0.08	9.23
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.69**	0.09	12.07
บุคลากรที่ดี (PER)	0.43**	0.08	8.79
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.63**	0.08	11.35
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.92**	0.11	13.38

ตารางที่ 4.18 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.96	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.96**	0.43	29.03
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.57**	1.35	5.95
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.65**	1.91	6.12
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.65**	1.25	6.09

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์ โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมที่แสดงในภาพที่ 4.3 พบว่าดัชนีความสอดคล้องของตัวแบบทั้งหมดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ของวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ค่าน้ำหนักของตัวแปรทุกตัวแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวก โดยมีค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีค่าตั้งแต่ 0.38 ถึง 0.73 สำหรับตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การทำงานเชิงรุก และการเรียนรู้ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.73 0.70 และ 0.69 ตามลำดับ

ในขณะที่ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าน้ำหนักของตัวแปรตั้งแต่ 0.43 ถึง 0.92 โดยตัวแปรองค์การมีการทำงานเชิงรุก มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากับ 0.92 รองลงมาคือกลยุทธ์การตลาด มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.69 ส่วนนวัตกรรมมองการณ์ไกล และความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.63

สำหรับตัวแปรการเจริญเติบโต พบว่ามีน้ำหนักตั้งแต่ 0.57 ถึง 0.96 โดยร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย และร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ มีค่าน้ำหนักมากที่สุดเท่ากันคือ 0.96 รองลงมาคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม และร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต มีค่าน้ำหนักเท่ากันคือ 0.65 ส่วนร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.57

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจขนาดย่อม

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.73**	-	0.73**	0.21**	0.05	0.26**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	0.07	-	0.07
R ²	0.54			0.07		

หมายเหตุ. ** p < 0.01

การวิเคราะห์อิทธิพลของแบบวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.73 มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21 และตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.26 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต

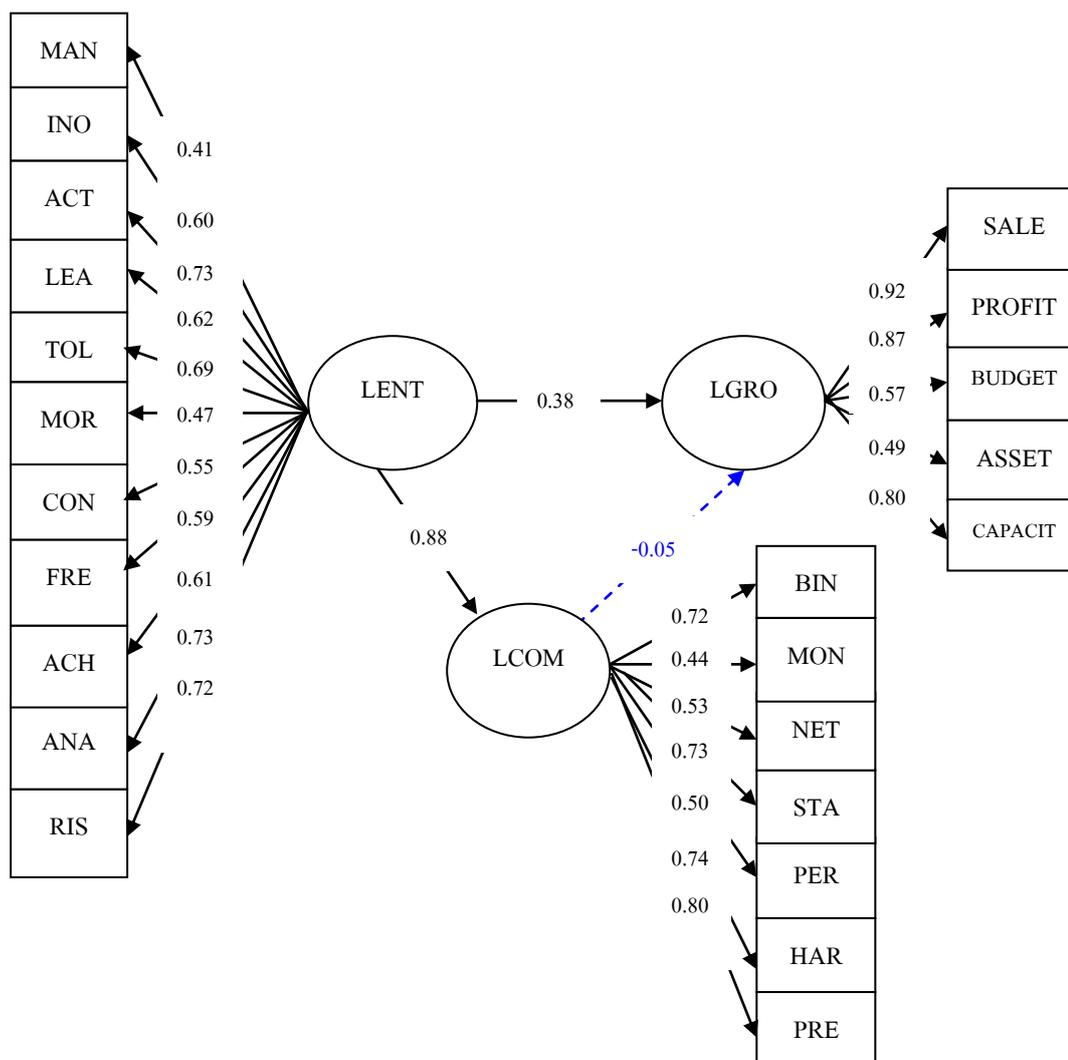
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองแสดงว่า ร้อยละ 54.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และร้อยละ 7.0 ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบของวิสาหกิจขนาดย่อม สรุปได้ว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโตมีตัวแปรที่สำคัญ ดังนี้

การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ค่าน้ำหนัก 0.73) การทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.70) และการเรียนรู้ (ค่าน้ำหนัก 0.69)

2) ผลการทดสอบตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุ จำแนกตามประเภทของ
 วิชาหลัก

1. วิชาหลักภาคการผลิต



$\chi^2 = 175.39$, $df = 143$, $p\text{-value} = 0.03$, $\chi^2/df = 1.22$, $RMSEA = 0.033$, $GFI = 0.93$, $AGFI = 0.87$

$SRMR = 0.069$, $NFI = 0.97$, $NNFI = 0.98$, $CFI = 0.99$

ภาพที่ 4.4 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิชาหลักภาคการผลิต

หมายเหตุ. --> หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ → หมายถึง เส้นอิทธิพลมี
 นัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการผลิต

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.41**	0.08	5.99
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.60**	0.06	9.53
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.73**	0.07	12.10
การเรียนรู้ (LEA)	0.62**	0.07	9.80
ความอดทน (TOL)	0.69**	0.07	11.40
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.47**	0.07	6.93
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.55**	0.09	8.69
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.59**	0.08	9.12
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.61**	0.07	10.22
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.73**	0.09	12.10
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.72**	0.09	12.22
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.72	-	-
เงินทุน (MON)	0.44**	0.11	6.95
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.53**	0.11	7.56
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.73**	0.12	10.44
บุคลากรที่ดี (PER)	0.50**	0.11	7.28
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.74**	0.11	10.47
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.80**	0.11	11.57
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.92	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.87**	0.73	18.87

ตารางที่ 4.20 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.57**	0.66	10.07
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.49**	1.23	8.83
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.80**	0.79	15.87

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

จากภาพที่ 4.4 และตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการผลิตหลังจากที่ได้ทำการปรับแบบจำลองแล้วพบว่า ตัวแบบดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เนื่องจากค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการผลิตพบว่า ค่าน้ำหนักของตัวแปรทุกตัวแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และตัวแปรทุกตัวมีค่าเป็นบวก เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ พบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.41 ถึง 0.73 โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด 3 ลำดับแรกคือ การทำงานเชิงรุก และการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง มีค่าน้ำหนักเท่ากันคือ 0.73 รองลงมาคือ การบริหารความเสี่ยง และความอดทน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.72 และ 0.69

ในขณะที่ตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ พบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.44 ถึง 0.80 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ องค์กรมีการทำงานเชิงรุก ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และกลยุทธ์การตลาด มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.80 0.74 และ 0.73 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตัวแปรการเจริญเติบโต พบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.49 ถึง 0.92 โดยตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ และร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.92 0.87 และ 0.80 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจภาคการผลิต

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.88**	-	0.88**	0.38*	-0.04	0.34**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	-0.05	-	-0.05
R ²	0.77			0.11		

หมายเหตุ. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรสาเหตุต่อตัวแปรผลพบว่าตัวแปรทุกตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรผลดังนี้

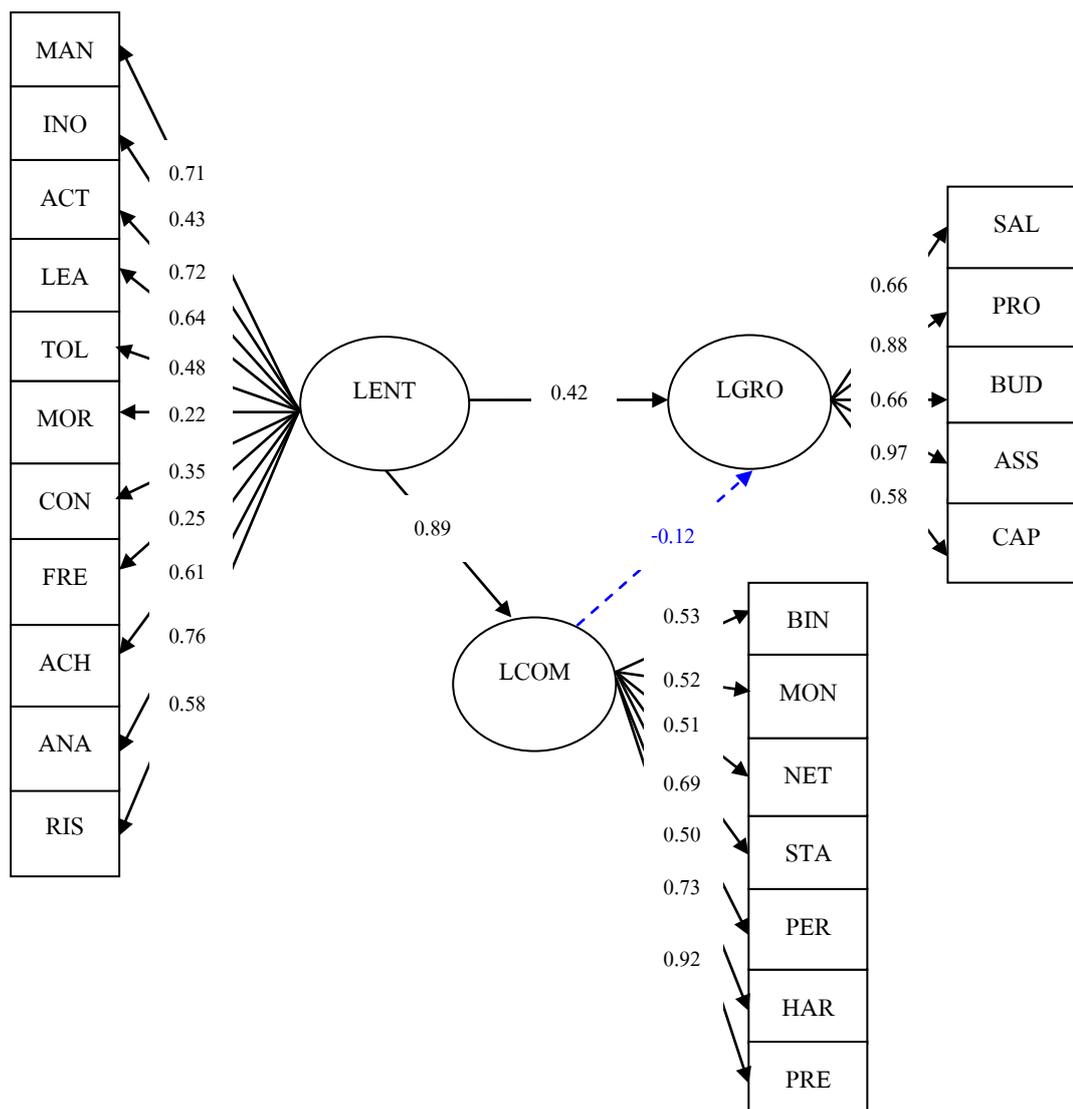
ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.88 และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.38 และมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.34 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสอง พบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีค่าเท่ากับ 0.77 หมายถึงร้อยละ 77.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่การเจริญเติบโตมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองเท่ากับ 0.11 หมายถึงร้อยละ 11.0 ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบ สรุปได้ว่า ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการผลิตมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และแสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อการเจริญเติบโต และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยตัวแปรที่สำคัญของคุณลักษณะ

ของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตคือ การทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.73) การวิเคราะห์การตลาดและคู่แข่ง (ค่าน้ำหนัก 0.73) การบริหารความเสี่ยง (ค่าน้ำหนัก 0.72) และความอดทน (ค่าน้ำหนัก 0.69)

2. วิสาหกิจภาคการค้า



$\chi^2 = 180.41$, $df = 158$, $p\text{-value} = 0.11$, $\chi^2/df = 1.14$, $RMSEA = 0.026$, $GFI = 0.93$, $AGFI = 0.88$, $SRMR = 0.065$, $NFI = 0.96$, $NNFI = 0.99$, $CFI = 0.99$

ภาพที่ 4.5 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้า

หมายเหตุ. --► หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ► หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้า

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.71**	0.08	11.14
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.43**	0.07	6.37
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.72**	0.06	11.63
การเรียนรู้ (LEA)	0.64**	0.06	10.47
ความอดทน (TOL)	0.48**	0.08	7.02
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.22**	0.08	3.17
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.35**	0.08	5.15
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.25**	0.08	3.58
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.61**	0.07	9.24
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.76**	0.07	12.60
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.58**	0.09	9.34
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.53	-	-
เงินทุน (MON)	0.52**	0.14	6.35
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.51**	0.12	6.37
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.69**	0.12	7.14
บุคลากรที่ดี (PER)	0.50**	0.14	5.90
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.73**	0.13	7.62
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.92**	0.17	8.52

ตารางที่ 4.22 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.66	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.88**	0.81	12.09
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.66**	0.90	9.13
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.97**	1.19	9.95
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.58**	0.45	9.01

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการค้าที่แสดงในภาพที่ 4.5 พบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้าที่แสดงในตารางที่ 4.22 พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าน้ำหนักแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวก โดยเมื่อพิจารณาตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ มีค่าน้ำหนักของตัวแปรตั้งแต่ 0.22 ถึง 0.76 สำหรับตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง การทำงานเชิงรุก และ ความสามารถในการบริหารจัดการ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.76 0.72 และ 0.71 ตามลำดับ

ค่าน้ำหนักของตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ พบว่ามีค่าตั้งแต่ 0.50 ถึง 0.92 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ องค์กรมีการทำงานเชิงรุก ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และ กลยุทธ์การตลาด มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.92 0.73 และ 0.69 ตามลำดับ

ส่วนตัวแปรการเจริญเติบโต พบว่ามีน้ำหนักตั้งแต่ 0.58 ถึง 0.97 โดยตัวแปรที่มีน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม มีน้ำหนักเท่ากับ 0.97 รองลงมาคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ มีน้ำหนักเท่ากับ 0.88 ส่วนร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย และ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุนมีน้ำหนักเท่ากันคือ 0.66

ตารางที่ 4.23 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจภาคการค้า

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.89**	-	0.89**	0.42*	-0.10	0.32**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	-0.12	-	-0.12
R ²	0.79			0.10		

หมายเหตุ. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรสาเหตุต่อตัวแปรผลพบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรผลมีดังนี้

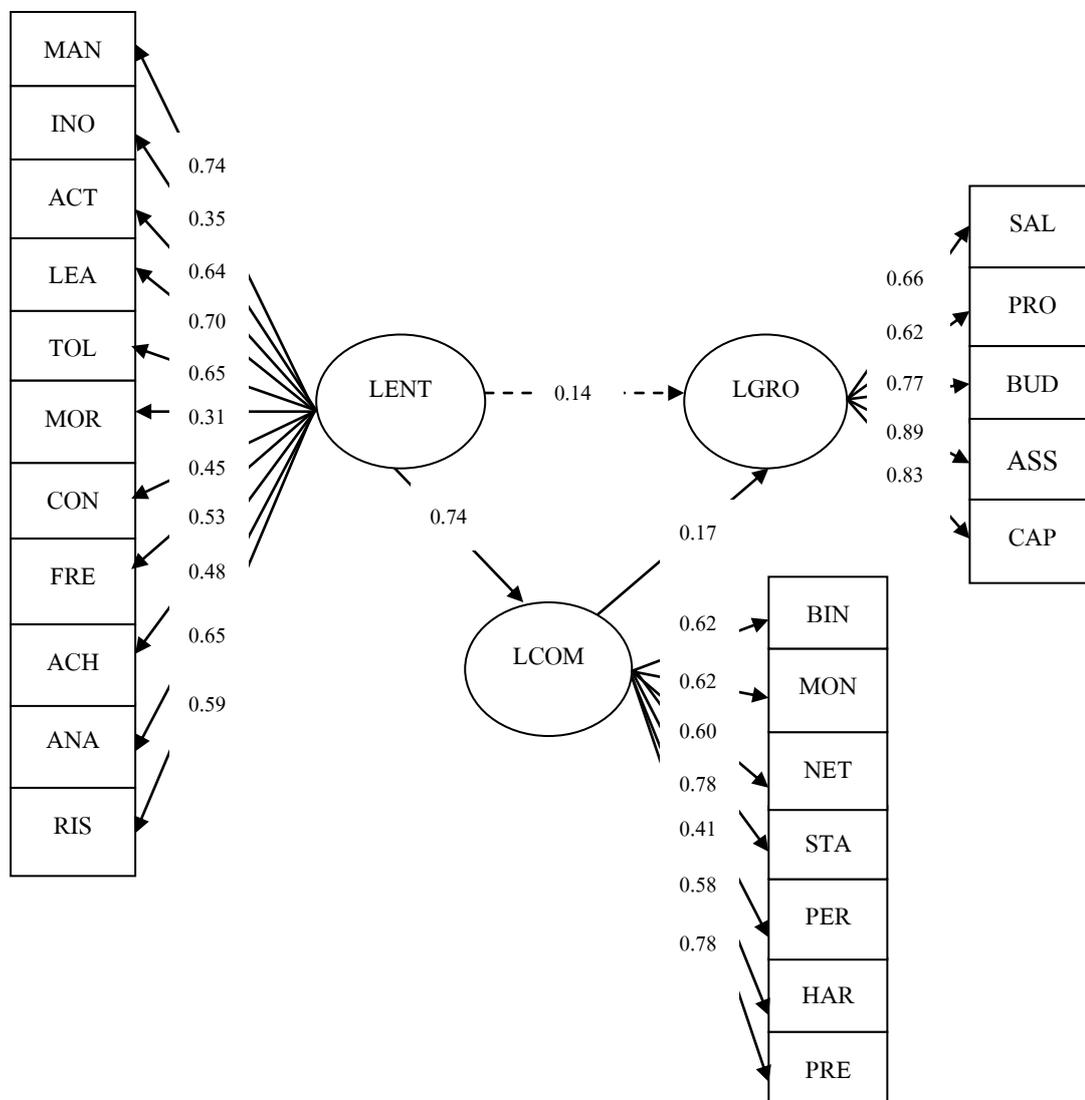
ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.89 มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.42 ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.32 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโต

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสอง พบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีค่าเท่ากับ 0.79 หมายถึงร้อยละ 79.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่การเจริญเติบโตมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองเท่ากับ 0.10 หมายถึงร้อยละ 10.0

ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบ สรุปได้ว่า ตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการค้ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรูปแบบเช่นเดียวกันกับรูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจภาคการผลิตกล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงต่อการเจริญเติบโต และมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยพบตัวแปรที่สำคัญของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตดังนี้ การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ค่าน้ำหนัก 0.76) การทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.72) และ ความสามารถในการบริหารจัดการ (ค่าน้ำหนัก 0.71)

3. วิสาหกิจภาคการบริการ



$\chi^2 = 197.33$, $df = 160$, $p\text{-value} = 0.02$, $\chi^2/df = 1.23$, $RMSEA = 0.027$, $GFI = 0.95$, $AGFI = 0.91$, $SRMR = 0.048$, $NFI = 0.97$, $NNFI = 0.99$, $CFI = 0.99$

ภาพที่ 4.6 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของวิสาหกิจภาคการบริการ

หมายเหตุ. --> หมายถึง เส้นอิทธิพลไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ → หมายถึง เส้นอิทธิพลมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของวิสาหกิจ
ภาคการบริการ

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน (SE)	t
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)			
ความสามารถในการบริหารจัดการ (MAN)	0.74**	0.07	13.59
การสร้างนวัตกรรม (INO)	0.35**	0.06	6.54
การทำงานเชิงรุก (ACT)	0.64**	0.06	12.59
การเรียนรู้ (LEA)	0.70**	0.06	13.54
ความอดทน (TOL)	0.65**	0.05	12.83
จริยธรรมทางธุรกิจ (MOR)	0.31**	0.05	5.91
เครือข่ายของผู้ประกอบการ (CON)	0.45**	0.08	8.44
การให้อิสระแก่พนักงาน ฯ (FRE)	0.53**	0.06	10.44
ความมุ่งมั่น ฯ (ACH)	0.48**	0.06	9.50
การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง (ANA)	0.65**	0.07	12.20
การบริหารความเสี่ยง (RIS)	0.59**	0.08	11.04
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			
นวัตกรรมองค์กร (BIN)	0.62	-	-
เงินทุน (MON)	0.62**	0.11	10.08
เครือข่ายของสถานประกอบการ (NET)	0.60**	0.10	9.65
กลยุทธ์การตลาด (STA)	0.78**	0.10	11.35
บุคลากรที่ดี (PER)	0.41**	0.09	6.94
ความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน (HAR)	0.58**	0.09	8.98
องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (PRE)	0.78**	0.10	11.65

ตารางที่ 4.24 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักของ ตัวแปรที่แปลง เป็นค่ามาตรฐาน	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน (SE)	t
การเจริญเติบโตของวิสาหกิจ (LGRO)			
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของยอดขาย (SAL)	0.66	-	-
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำไรสุทธิ (PRO)	0.62**	0.46	20.87
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุน (BUD)	0.77**	0.83	13.44
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม (ASS)	0.89**	0.85	12.87
ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต (CAP)	0.83**	0.71	12.05

หมายเหตุ. ** $p < 0.01$

จากภาพที่ 4.6 และตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการบริการ เมื่อพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้องโดยภาพรวมพบว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรในตัวแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการบริการ พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีค่าน้ำหนักแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีค่าเป็นบวก ค่าน้ำหนักของตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีค่าตั้งแต่ 0.31 ถึง 0.74 สำหรับลำดับแรกของตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ความสามารถในการบริหารจัดการ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.74 ลำดับถัดไปคือการเรียนรู้ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.70 ส่วนความอดทน และการวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่งมีค่าน้ำหนักเท่ากันคือ 0.65

เมื่อพิจารณาลักษณะของสถานประกอบการ พบว่าตัวแปรมีค่าน้ำหนักตั้งแต่ 0.41 ถึง 0.78 น้ำหนักที่มีค่ามากที่สุดลำดับแรกคือ กลยุทธ์การตลาด และองค์การมีทีมงานเชิงรุก มีค่าเท่ากับ 0.78 เท่ากัน ลำดับถัดไปคือนวัตกรรมองค์กร และเงินทุน มีค่าเท่ากับ 0.62 และเครือข่ายของสถานประกอบการ มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.60

ส่วนค่าน้ำหนักของตัวแปรการเจริญเติบโต มีค่าตั้งแต่ 0.62 ถึง 0.89 ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของสินทรัพย์รวม ร้อยละการเพิ่มขึ้นของกำลังการผลิต และ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของเงินทุนมีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.89 0.83 และ 0.77 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรสาเหตุของวิสาหกิจภาคการบริการ

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)			การเจริญเติบโต (LGRO)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (LENT)	0.74**	-	0.74**	0.14	0.13*	0.27**
ลักษณะของสถานประกอบการ (LCOM)	-	-	-	0.17*	-	0.17*
R ²	0.55			0.08		

หมายเหตุ. * p < 0.05, ** p < 0.01

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.74 มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.13 ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.17 สำหรับตัวแปรคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยรวมต่อการเจริญเติบโตมากกว่าตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.27 และ 0.17 ตามลำดับ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองของลักษณะของสถานประกอบการมีค่าเท่ากับ 0.55 หมายถึงร้อยละ 55.0 ของความแปรปรวนของลักษณะของสถานประกอบการสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ในขณะที่การเจริญเติบโตมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุกำลังสองเท่ากับ 0.08 หมายถึงร้อยละ 8.0 ของความแปรปรวนของการเจริญเติบโตสามารถอธิบายได้ด้วยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ

จากการวิเคราะห์ตัวแบบสรุปได้ว่า ตัวแบบมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพบว่าลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจภาคการบริการ และคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีรูปแบบเดียวกันกับรูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจในภาพรวม มีตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญดังนี้ กลยุทธ์การตลาด (ค่าน้ำหนัก 0.78) องค์กรมีการทำงานเชิงรุก (ค่าน้ำหนัก 0.78) นวัตกรรมองค์กร (ค่าน้ำหนัก 0.62) เงินทุน (ค่าน้ำหนัก 0.62) และเครือข่ายของสถานประกอบการ (ค่าน้ำหนัก 0.60)

ตารางที่ 4.26 สรุปตัวแปรที่สำคัญ 3 ลำดับแรกของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลทางตรงต่อการเจริญเติบโต

ตัวแปร	ขนาด กลาง	ขนาด ย่อม	ภาค การผลิต	ภาค การค้า	ภาค การ บริการ
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ					
1. การวิเคราะห์ตลาดและคู่แข่ง	-	✓ (ลำดับที่ 1)	✓ (ลำดับที่ 1)	✓ (ลำดับที่ 1)	-
2. การทำงานเชิงรุก	-	✓ (ลำดับที่ 2)	✓ (ลำดับที่ 1)	✓ (ลำดับที่ 2)	-
3. การเรียนรู้	-	✓ (ลำดับที่ 3)		-	-
4. การบริหารความเสี่ยง	-	-	✓ (ลำดับที่ 2)	-	-
5. ความอดทน	-	-	✓ (ลำดับที่ 3)	-	-
6. ความสามารถในการบริหารจัดการ	-	-	-	✓ (ลำดับที่ 3)	-
ลักษณะของสถานประกอบการ					
1. องค์กรมีการทำงานเชิงรุก	✓ (ลำดับที่ 1)		-	-	✓ (ลำดับที่ 1)
2. กลยุทธ์การตลาด	✓ (ลำดับที่ 2)		-	-	✓ (ลำดับที่ 1)
3. นวัตกรรมองค์กร	✓ (ลำดับที่ 3)		-	-	✓ (ลำดับที่ 2)
4. เงินทุน	-		-	-	✓ (ลำดับที่ 2)
5. เครือข่ายของสถานประกอบการ	-		-	-	✓ (ลำดับที่ 3)

การศึกษาเรื่องคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมทำให้ทราบว่าขนาดและประเภทของวิสาหกิจมีรูปแบบความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อความเจริญเติบโตที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาถึงตัวแปรที่สำคัญพบว่า วิสาหกิจขนาดย่อม วิสาหกิจภาคการผลิตและภาคการค้า มีตัวแปรคุณลักษณะของการ

เป็นผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์การตลาดและคู่แข่ง เป็นตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักอยู่ในลำดับแรกที่เหลือคือ การทำงานเชิงรุก การเรียนรู้ การบริหารความเสี่ยง ความอดทน และความสามารถในการบริหารจัดการ ส่วนตัวแปรลักษณะของสถานประกอบการพบว่า วิชาศึกษขนาดกลาง และวิชาศึกษาภาคการบริการ มีตัวแปรองค์การมีการทำงานเชิงรุก มีค่าน้ำหนักมากเป็นลำดับแรกที่เหลือคือ กลยุทธ์การตลาด นวัตกรรมองค์การ เงินทุน และเครือข่ายของสถานประกอบการ

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัยออกเป็น 4 ข้อ ดังนี้คือ

สมมติฐานข้อที่ 1 คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานข้อที่ 2 ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐานข้อที่ 3 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ

สมมติฐานข้อที่ 4 รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ

สำหรับการอธิบายสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ โดยแสดงข้อมูลดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 สรุปข้อมูลผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

คุณลักษณะ/ความสัมพันธ์	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล				
	ขนาด กลาง	ขนาด ย่อม	ภาคการ ผลิต	ภาค การค้า	ภาคการ บริการ
คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ					
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรง กับลักษณะของสถาน ประกอบการ	(0.96*)	(0.73**)	(0.88**)	(0.89**)	(0.74**)
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรง กับการเจริญเติบโต	-	(0.21**)	(0.38*)	(0.42*)	-
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางอ้อม กับการเจริญเติบโต	-	-	-	-	(0.13*)
ลักษณะของสถานประกอบการ					
- ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทางตรง กับการเจริญเติบโต	(1.36*)		-	-	(0.17*)

หมายเหตุ. * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

จากสมมติฐาน 1 ที่ว่า “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ผลการทดสอบพบว่า วิสาหกิจขนาดกลาง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21 ดังนั้นสมมติฐาน 1 ได้รับการสนับสนุนเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมเท่านั้น

จากสมมติฐาน 2 ที่ว่า “ลักษณะของสถานประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ผลการทดสอบพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 1.36 ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า ลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพล

ทางตรงต่อการเจริญเติบโต ดังนั้นสมมติฐาน 2 ได้รับการสนับสนุนเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางเท่านั้น

จากสมมติฐาน 3 ที่ว่า “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ” ผลการทดสอบพบว่าวิสาหกิจภาคการผลิตและภาคการค้ามีรูปแบบความสัมพันธ์ที่เหมือนกันกล่าวคือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลใกล้เคียงกันคือ 0.88 และ 0.89 และมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตโดยวิสาหกิจภาคการผลิตมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.38 และวิสาหกิจภาคการค้ามีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.42 ส่วนลักษณะของสถานประกอบการพบว่า ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต

แตกต่างจากวิสาหกิจภาคการบริการที่พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.74 และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเจริญเติบโตผ่านลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.13 ส่วนลักษณะของสถานประกอบการพบว่า มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.17 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกันตามประเภทของวิสาหกิจ ดังนั้นสมมติฐาน 3 จึงไม่ได้รับการสนับสนุน

จากสมมติฐาน 4 ที่ว่า “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่แตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ” ผลการทดสอบพบว่า รูปแบบความสัมพันธ์ของวิสาหกิจขนาดกลางแตกต่างจากวิสาหกิจขนาดย่อม โดยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 และไม่มีอิทธิพลทั้งทางตรงหรือทางอ้อมต่อการเจริญเติบโต ส่วนลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 1.36

ในขณะที่วิสาหกิจขนาดย่อมพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และการเจริญเติบโต มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.73 และ 0.21 โดยลักษณะของสถานประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโต ดังนั้นผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่ารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็น

ผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจแตกต่างกันตามขนาดของวิสาหกิจ ดังนั้นสมมติฐาน 4 จึงไม่ได้รับการสนับสนุน