

อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

The Influences of Business Strategies and Entrepreneur Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises

สวลี วงศ์ไชยา¹ และ พิชญาดา พิณผา²

Sawalee Wongchaiya¹ and Pichyada Pheunpha²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตัวอย่างคือผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 418 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลวิจัย พบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ 3.58 ตามลำดับ ส่วนระดับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 2) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า กลุ่มของตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับสูงมาก กลุ่มของตัวแปรต้นสามารถทำนายความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ร้อยละ 65.8 ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้ ความมั่นใจในตนเอง กลยุทธ์ระดับองค์กร ความอดทน รายได้ต่อเดือน อายุ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ความคิดเชิงนวัตกรรม เพศ เงินลงทุน ความต้องการความสำเร็จขนาดของกิจการ และตำแหน่ง ตามลำดับ

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจ ความสำเร็จของธุรกิจ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The purpose of this research was to examine entrepreneur demographics, personal factors, and business strategies effecting the business success of Small and Medium Enterprises (SMEs). Samples were 418 SMEs entrepreneurs in Ubon Ratchathani province. Questionnaire with suitable of reliability of 0.92 and stratified random sampling were used in this research. The statistics used in analysis were frequency, mean, standard deviation, and multiple linear regression analysis.

The result reveals that; 1) the important levels of personal factors and business strategies were generally high with mean = 3.95 and 3.58 respectively. Meanwhile business success of Small and Medium Enterprises was moderate level with mean = 3.22. 2) Multiple linear regression results were found that

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

¹ A Master Student in the Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University.

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

² The Lecturer in the Faculty of Management Science Ubon Ratchathani University.

the correlation coefficient of the predictors strongly correlate with business success. The coefficient of explanation of multiple regression model of predictors can explained business success 65.8%. The variables affecting business success of Small and Medium Enterprises in Ubon Ratchathani province at statistics significant level including self-confidence, corporate strategy, endurance, average monthly income, age, operating time, innovative thinking, gender, business strategy, demand for success, business size, and position respectively.

Key words: Entrepreneur Demographics, Business Strategies, Business Success Small and Medium Enterprises

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ ธุรกิจ SMEs มีการลงทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ แต่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ เพราะช่วยสร้างงาน สร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน และสร้างเสริมประสบการณ์ช่วยเชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่นๆ เช่น ภาคเกษตรกรรม เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ จากข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) พบว่า ธุรกิจ SMEs มีการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นโดยปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนธุรกิจทั้งหมด 2,744,198 กิจการ ส่วนในปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนธุรกิจทั้งหมดเพิ่มขึ้นเป็น 2,773,625 กิจการ เพิ่มขึ้น 29,427 กิจการ ถึงแม้มีการขยายตัวของธุรกิจเพิ่มขึ้นสูง แต่ในขณะเดียวกันก็มีธุรกิจจำนวนมากที่ต้องล้มเลิกกิจการ เพราะธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จ เกิดปัญหาการขาดทุน จึงทำให้ธุรกิจต้องล้มเลิกกิจการไป ดังนั้น ความสำเร็จของธุรกิจจึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้องค์กรธุรกิจอยู่รอด

ความสำเร็จของธุรกิจ คือผลประโยชน์ที่ทำให้ธุรกิจบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของกิจการ ทั้งในรูปตัวเงินและในรูปที่ไม่เป็นตัวเงิน ทุกองค์กรจึงมุ่งหวังกำไรที่องค์กรจะได้รับมากที่สุด และองค์กรสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มุ่งสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด Pletnev & Barkhatov (2016) กล่าวว่า ปัจจัยของความสำเร็จของธุรกิจที่สำคัญมี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) จำนวนลูกค้า 2) ยอดขาย และ 3) กำไร ส่วน Berger-Walliser และคณะ (2011) กล่าวว่า จำนวนลูกค้า ยอดขาย และกำไร เป็น

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันของการประกอบธุรกิจ และมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจที่จะทำให้กิจการหรือธุรกิจอยู่รอดได้ (Chittithaworn et al., 2011)

ปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ มีหลายปัจจัย เช่น คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ต้องมีความรู้ความสามารถในการประกอบธุรกิจ มีกลยุทธ์ในการจะแบ่งส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่ง ซึ่งผู้บริหารต้องรู้ว่าปัจจุบันธุรกิจของตนเองอยู่ ณ จุดใด และในอนาคตต้องการให้ไปสู่จุดใด จากนั้นจึงหาไปให้ถึงเป้าหมายตามที่วางไว้ Frese et al. (2000) ได้กล่าวว่า ลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย 7 ลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) การยอมรับความเสี่ยง 3) ความมั่นใจในตนเอง 4) ความรู้ความสามารถ ความใฝ่รู้ 5) ความอดทน 6) เงินลงทุน และ 7) ความคิดเชิงนวัตกรรม ซึ่งผู้ประกอบการ ถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับธุรกิจที่ตนดำเนินอยู่ เพื่อผลักดันให้ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าหรือบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

จังหวัดอุบลราชธานี มีจำนวนประชากร 1,844,669 คน (กระทรวงมหาดไทย, 2558) มีระบบขนส่งสาธารณะ ได้แก่ 1) ทางบก 2) ทางอากาศ และ 3) ทางน้ำ โดยผ่านทางแม่น้ำโขง ด้วยลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดอุบลราชธานีที่มีอาณาเขตติดกับประเทศลาว ที่เป็นประตูการค้าระหว่างอาเซียน ทั้งยังเป็นเส้นทางไปสู่การค้ากับประเทศจีนได้อีกด้วย ปัจจุบันมีการนำเข้า-ส่งออก สินค้าไปสู่ประเทศลาว เวียดนาม และจีน จำนวนหลายเส้นทาง ด้วยเหตุผลดังกล่าว

จึงส่งผลทำให้ธุรกิจเกิดขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในจังหวัดอุบลราชธานี (สำนักงานคลังจังหวัดอุบลราชธานี, 2558) พบว่า มีธุรกิจ SMEs ในจังหวัดอุบลราชธานี ที่มีการจดทะเบียนการค้าธุรกิจทั้งหมด จำนวน 55,742 กิจการ ซึ่งจากข้อมูลสถิติประเทศพบว่ามีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ของจังหวัดมีจำนวนมากเป็นอันดับ 3 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และถึงแม้ว่าจะมีธุรกิจเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ แต่ในขณะเดียวกันจังหวัดอุบลราชธานีก็ประสบกับปัญหาการล้มเลิกกิจการของ SMEs เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่นเดียวกัน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงอิทธิพลกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษานี้จะนำมาเป็นแนวทางช่วยผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดอุบลราชธานี ให้ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถที่จะนำความรู้จากการวิจัยนี้ไปใช้แก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นในธุรกิจได้ และยังเป็นแนวทางให้กับผู้ที่ต้องการประกอบกิจการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ นำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจก่อนการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจจะสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) ศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจ และความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการ

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้กลุ่มเป้าหมายในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการของสถานประกอบการที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าธุรกิจ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกประเภท จำนวน 55,742 กิจการ ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี (สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรคือ ผู้ประกอบการของสถานประกอบการที่ได้รับการจดทะเบียนการค้าธุรกิจ ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกประเภทในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยมีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างระหว่างเดือนมิถุนายน - พฤศจิกายน 2560 จำนวน 55,742 กิจการ

ขนาดตัวอย่างคำนวณได้จากสูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 397 คน เพื่อป้องกันการสูญหายและความคลาดเคลื่อนจากการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดตัวอย่างอีก 5% จำนวน 19 คน รวมเป็นจำนวน 418 ธุรกิจ/คน การสุ่มตัวอย่างแบบเชิงชั้นภูมิโดยแบ่งเป็น 19 ประเภทธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจเกษตรกรรม การป่าไม้และประมง 16 ธุรกิจ การทำเหมืองแร่และเหมืองหิน 1 ธุรกิจ การผลิต 113 ธุรกิจ ไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำและระบบการปรับอากาศ 1 ธุรกิจ การจัดหา การจัดการน้ำเสียและของเสีย รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง 1 ธุรกิจ การก่อสร้าง 13 ธุรกิจ การขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์ และจักรยานยนต์ 168 ธุรกิจ การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า 8 ธุรกิจ ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร 37 ธุรกิจ ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร 5 ธุรกิจ กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย 1 ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ 15 ธุรกิจ และกิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน 5 ธุรกิจ

เครื่องมือที่ใช้ในทำวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ขนาดของกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดและปลายปิด มีจำนวน 9 ข้อ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ จำนวน 14 ข้อ เกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ ประกอบไปด้วย กำไร

ยอดขาย และจำนวนลูกค้า ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด โดยเป็นข้อคำถามวัดระดับความคิดเห็น ประมาณ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด กำหนดให้คะแนนจาก 5-1

ส่วนที่ 3 ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 29 ข้อ เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการประกอบไปด้วย ความต้องการความสำเร็จ การยอมรับความเสี่ยง ความมั่นใจในตนเอง ความรู้ความสามารถ ความใฝ่รู้ ความอดทน เงินลงทุน และความคิดเชิงนวัตกรรม เป็นคำถามปลายเปิดโดยเป็นข้อคำถามวัดระดับความคิดเห็น ประมาณ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด กำหนดให้คะแนนจาก 5 - 1

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ จำนวน 16 ข้อ เกี่ยวกับกลยุทธ์ธุรกิจ ประกอบไปด้วย กลยุทธ์ระดับองค์กร กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และกลยุทธ์ระดับหน้าที่ เป็นคำถามปลายเปิดโดยเป็นข้อคำถามวัดระดับความคิดเห็น ประมาณ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด กำหนดให้คะแนนจาก 5 - 1

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

การหาความตรงของเนื้อหาให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกลยุทธ์ 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านบริการธุรกิจ 1 ท่าน โดยค่า IOC มีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์คือมากกว่า 0.50 แล้วจึงนำไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย และนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในภาพรวม 0.92 จาก 59 ข้อคำถาม มี 3 ตัวแปรดังนี้ ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ มี 14 ข้อคำถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นรวม 0.87 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.84 - 0.89 ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มี 29 ข้อคำถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นรวม 0.88 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.87 - 0.89 และปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ มีทั้งหมด 16 ข้อคำถาม ได้ค่าความเชื่อมั่นรวม 0.82 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.79 - 0.82 ซึ่งทุกข้อคำถาม มีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาคมากกว่า 0.70 (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2544) จึงเหมาะสมในการนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทุกประเภทในเขตจังหวัดอุบลราชธานี จากผู้ประกอบการทั้งหมด 500 คน ได้รับกลับคืน 418 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับ 83.6%
2. นำแบบสอบถามที่ได้ มาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจ มาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา สำหรับข้อมูลทั่วไป ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ในการทำงาน ขนาดของกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ด้วยสถิติ ความถี่ ร้อยละ และวัดระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ และความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยสถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยสถิติ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ธุรกิจ SMEs มีส่วนช่วยพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมช่วยให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบการ ไปสู่กลุ่มคนต่างๆ ทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ ซึ่งเป็นตัวช่วยให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น เป็นแหล่งผลิตสินค้าใหม่ๆ ออกมาสู่ตลาด ความสำคัญของธุรกิจ SMEs มีดังนี้ 1) การสร้างงานใหม่ 2) การสร้างนวัตกรรม 3) การกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันทางเศรษฐกิจ 4) ช่วยเหลือธุรกิจขนาดใหญ่ 5) การผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพ 6) การกระจายการพัฒนาประเทศ และ 7) การเพิ่มการระดมทุน จากข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) พบว่าการขยายตัวของธุรกิจ SMEs มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีธุรกิจจำนวนมากที่

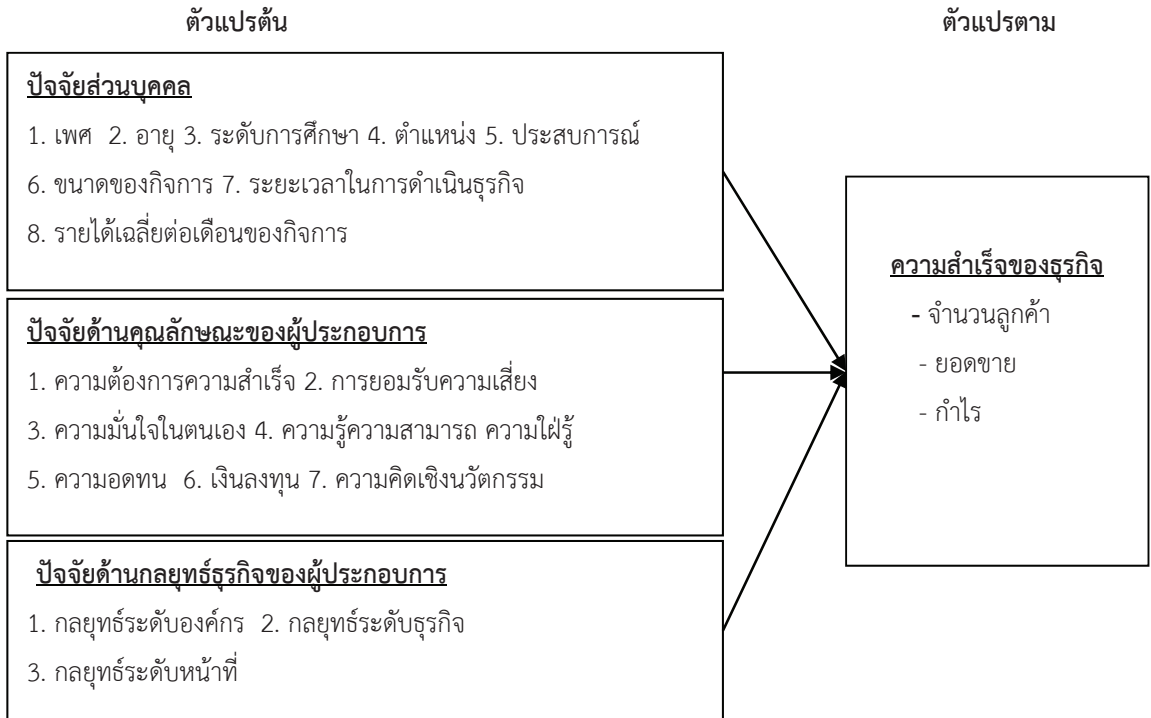
ต้องล้มเลิกกิจการ เพราะธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จ เกิดปัญหาการขาดทุน จึงทำให้ธุรกิจต้องล้มเลิกกิจการไป ดังนั้นความสำเร็จของธุรกิจจึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้องค์กรธุรกิจอยู่รอด แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจ มีดังต่อไปนี้ Pletnev and Barkhatov (2016) ได้กล่าวว่า ความสำเร็จของธุรกิจ คือ การพิจารณาผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์หลักของกิจการ โดยเน้นที่ผลประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับ ทั้งในรูปตัวเงินและในรูปที่ไม่เป็นตัวเงิน Chittithaworn et al. (2011) กล่าวว่า ความสำเร็จในธุรกิจคือการมุ่งหวังยอดขายที่ผลกำไรต่อองค์กร ดังนั้น โดยสรุปความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง สิ่งที่ทำให้องค์กรบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หลักของกิจการ แบ่งเป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) จำนวนลูกค้า 2) ยอดขาย และ 3) ผลกำไร

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจมีหลายปัจจัย โดยส่วนใหญ่ที่พบคือปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ (Walker & Brown, 2004 ; สุพาดา สิริกุดตา, 2556) แนวคิดเกี่ยวกับความหมายกลยุทธ์ธุรกิจ Chandler (1969) ได้ให้ความหมายของกลยุทธ์เป็นการกำหนดเป้าหมายวัตถุประสงค์ในระยะยาวขององค์กร และการเลือกแนวทางปฏิบัติ เพื่อให้สามารถดำเนินการบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ เช่นเดียวกับ สมยศ นาวิกาน (2539) ได้ให้คำนิยามของคำว่า “กลยุทธ์” คือ แผนงานระยะยาวขององค์กรที่ถูกกำหนดขึ้นมา เพื่อการบรรลุภารกิจและเป้าหมายขององค์กร ซึ่ง ณีภูษพันธ์ เจริญนนท์ (2552) ได้แบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้ 1) กลยุทธ์ระดับองค์กร 2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ 3) กลยุทธ์ระดับหน้าที่ โดยสรุป “กลยุทธ์” คือ แผนการ ยุทธวิธี หรือวิธีดำเนินการสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะทำให้บรรลุผลหรือบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้ โดยแบ่งออก

เป็น 3 ระดับ

ต่อมาปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจคือ ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2558 ; Krauss et al., 2005) แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ วุฒิชัย จงคำนึ่งสีล (2547) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่ทำการก่อตั้งกิจการธุรกิจของตนเอง สามารถดำรงรักษากิจการโดยผ่านประสบการณ์ในด้านความเสี่ยง การควบคุม การตอบสนองความต้องการ แก่ลูกค้าจนได้รับความเชื่อถือ เช่นเดียวกับ Frese et al. (2000) ให้ความหมายว่า “ผู้ประกอบการ” หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งริเริ่มก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน และดำเนินกิจการโดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไรและความพอใจ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ประกอบด้วยคุณลักษณะ ที่สำคัญ 7 ลักษณะ คือ 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) การยอมรับความเสี่ยง 3) ความมั่นใจใน 4) ความรู้ความสามารถ ความใฝ่รู้ 5) ความอดทน 6) เงินลงทุน และ 7) ความคิดเชิงนวัตกรรม โดยสรุป ผู้ประกอบการ คือบุคคลผู้ซึ่งริเริ่มก่อตั้งกิจการด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ เพื่อผลกำไรโดยแบ่งออกเป็น 7 ลักษณะ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ขนาดของกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบัน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เช่นเดียวกัน (ปรมะ สดะเวทิน, 2546; กิติมา สุรสนธิ, 2541; ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550) จากแนวคิดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 418 คน เป็นเพศชาย 193 คน เพศหญิง 225 คน ส่วนใหญ่อายุ 30-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นเจ้าของกิจการมีประสบการณ์การทำงาน 6-10 ปี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 50,001-200,000 บาท ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.95 และ ค่า SD. (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) = 0.61 เมื่อจำแนก ผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้าน พบว่า ทุกด้านมีความสำคัญในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความอดทนมีค่าเฉลี่ย 4.22 และ ค่า SD. = 0.55 รองลงมาคือ ความมั่นใจในตนเองมีค่าเฉลี่ย 4.2 และ ค่า SD. = 0.63 ความคิดเชิงนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ย 4.05 และ ค่า SD. = 0.62 ความต้องการความสำเร็จมีค่าเฉลี่ย 3.90 และ ค่า SD. = 0.72 ความรู้ความสามารถ ความใฝ่รู้มีค่าเฉลี่ย 3.87 และ ค่า SD. = 0.57 และเงินลงทุนมีค่าเฉลี่ย 3.86 และ ค่า SD. = 0.62 ตามลำดับ

ผลการศึกษาาระดับความคิดเห็นปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจพบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.58 และ ค่า SD. = 0.66 เมื่อจำแนกผลการวิเคราะห์ออกเป็นแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า กลยุทธ์ระดับองค์กรมีค่าเฉลี่ย 3.68 และ ค่า SD. = 0.61 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือกลยุทธ์ระดับธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.56 และ ค่า SD. = 0.67 และผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง คือกลยุทธ์ระดับหน้าที่ มีค่าเฉลี่ย 3.4 และ ค่า SD. = 0.71 ตามลำดับ

ผลการศึกษาาระดับความคิดเห็นปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจ พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.22 และ ค่า SD. = 0.70 โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ จำนวนลูกค้า มีค่าเฉลี่ย 3.37 และ ค่า SD.= 0.83 ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือยอดขายมีค่าเฉลี่ย 3.18 และ ค่า SD. = 0.65 และกำไร มีค่าเฉลี่ย 3.12 และ ค่า

SD. = 0.61 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ วิธีการ ENTER จากตารางที่ 1 พบว่า Multiple R = 0.82 หมายความว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรต้นทั้ง 18 ตัวกับตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ส่วนสัมประสิทธิ์การทำนายที่ปรับแก้ R² (Adjusted) มีค่าเท่ากับ 0.65 แสดงว่าตัวแปรต้นทั้ง 18 ตัวสามารถอธิบายความเปลี่ยนแปลงความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ร้อยละ 65.80 ผลการทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนของโมเดลรวมของการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ได้ ค่า F = 45.60, sig = 0.000 < 0.01 แสดงว่า ชุดของตัวแปรต้นสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดอุบลราชธานีได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรต้นทุกตัวมีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังนี้ ตัวแปรกลยุทธ์ระดับองค์กรกับความสำเร็จของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางทางบวก ($r_{xy} = 0.574$) ตัวแปรกลยุทธ์ระดับธุรกิจกับความสำเร็จของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางทางบวก ($r_{xy} = 0.508$) และตัวแปรกลยุทธ์ระดับหน้าที่และความสำเร็จของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำทางบวก ($r_{xy} = 0.354$) รายละเอียดดังตารางที่ 2

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุบลราชธานี มีทั้งหมด 13 ตัวแปร ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่า Tolerance > 0 และ VIF < 10 ตามเกณฑ์ทุกตัวแปร (Hair et al, 1993

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	100.79	18	5.60	45.60	0.000
Residual	49.00	399	0.12		
Total	149.79	417			

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรกลยุทธ์ธุรกิจกับตัวแปร ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี

ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ (X)	ความสำเร็จของธุรกิจ (Y)	กลยุทธ์ระดับหน้าที่	กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	กลยุทธ์ระดับองค์กร
กลยุทธ์ระดับองค์กร	0.574**	0.345**	0.748**	1
กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	0.508**	0.466**	1	
กลยุทธ์ระดับหน้าที่	0.354**	1		
ความสำเร็จของธุรกิจ (Y)	1			

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

อ้างถึงใน พิษญาดา พันผา, 2560) เมื่อเรียงลำดับขนาดสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐานจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ความมั่นใจในตนเอง มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = 0.38$ นั่นคือถ้าผู้ประกอบการมีความมั่นใจในตนเองเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.38 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

กลยุทธ์ระดับองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = 0.33$ นั่นคือ ถ้ากลยุทธ์ระดับองค์กร เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.33 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

ความอดทน มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = -0.30$ นั่นคือ ถ้าความอดทนของผู้ประกอบการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ ลดลง 0.30 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = -0.19$ นั่นคือ ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ ลดลง 0.19 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

อายุ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = -0.19$ นั่นคือ ถ้าอายุผู้ประกอบการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ ลดลง 0.19 หน่วย เมื่อตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = -0.17$ นั่นคือ ถ้ากลยุทธ์ระดับธุรกิจในการดำเนินกิจการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ ลดลง 0.17 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = -0.16$ นั่นคือ ถ้าระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ ลดลง 0.16 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

ความคิดเชิงนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = 0.15$ นั่นคือ ถ้าความคิดเชิงนวัตกรรม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.15 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

เพศ (ชาย dummy code = 0 และหญิง dummy code = 1) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน $Beta = 0.15$ หมายความว่า ถ้าเพศผู้ประกอบการ SMES เปลี่ยนแปลงจากเพศชายเป็นเพศหญิง มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.15 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

เงินลงทุน มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = 0.14$ นั่นคือ ถ้าเงินลงทุน เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.14 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

ความต้องการความสำเร็จ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = 0.14$ นั่นคือ ถ้าผู้ประกอบการมีความต้องการความสำเร็จ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.14 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

ขนาดของกิจการ มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = 0.13$ หมายความว่า ถ้าขนาดของกิจการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย (ขนาดเล็กเป็นขนาดกลาง หรือขนาดกลางเป็นขนาดใหญ่) มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ เพิ่มขึ้น 0.13 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

ตำแหน่ง มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย $Beta = -0.07$ หมายความว่า ถ้าตำแหน่งผู้ประกอบการ SMES จากผู้ประกอบการเป็นผู้บริหารระดับสูง หรือผู้จัดการ (ผู้ประกอบการ dummy code = 0 ตำแหน่งบริหารอื่นๆ dummy code = 1) มีผลให้ความสำเร็จของธุรกิจ ลดลง 0.07 หน่วย โดยที่ตัวแปรอิสระตัวอื่นๆ มีค่าคงที่

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.	Tole	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.19	0.21		5.57	0.000**		
ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล							
เพศ	0.18	0.04	0.15	4.32	0.000**	0.66	1.50
อายุ	-0.13	0.02	-0.18	-4.87	0.000**	0.55	1.81
ระดับการศึกษา	-0.013	0.02	-0.01	-0.63	0.524	0.93	1.07
ตำแหน่ง	-0.03	0.01	-0.07	-2.21	0.028*	0.78	1.26
ประสบการณ์ในการทำงาน	-0.02	0.03	-0.02	-0.76	0.446	0.61	1.62
ขนาดของกิจการ	0.21	0.05	0.12	3.54	0.000**	0.64	1.54
ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	-0.11	0.02	-0.16	-4.48	0.000**	0.64	1.54
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ	-0.13	0.02	-0.18	-5.49	0.000**	0.69	1.44
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ							
ความต้องการความสำเร็จ	0.11	0.04	0.13	2.71	0.007**	0.32	3.05
การยอมรับความเสี่ยง	-0.00	0.05	-0.00	-0.09	0.922	0.35	2.82
ความมั่นใจในตนเอง	0.35	0.05	0.37	6.73	0.000**	0.25	3.86
ความรู้และความใฝ่รู้	0.01	0.05	0.01	0.28	0.773	0.31	3.17
ความอดทน	-0.33	0.05	-0.30	-5.93	0.000**	0.31	3.16
เงินลงทุน	0.13	0.05	0.14	2.59	0.010**	0.27	3.70
ความคิดเชิงนวัตกรรม	0.14	0.04	0.15	3.39	0.001**	0.40	2.47
กลยุทธ์ธุรกิจ							
กลยุทธ์ระดับองค์กร	0.31	0.05	0.32	6.11	0.000**	0.29	3.45
กลยุทธ์ระดับธุรกิจ	-0.14	0.06	-0.16	-2.49	0.013*	0.18	5.56
กลยุทธ์ระดับหน้าที่	0.07	0.04	0.09	1.69	0.091	0.26	3.734

R=0.82, R²=0.67, R²(Adjusted) = 0.65, SEE=0.35, F=45.59, Sig=0.000

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นพหุคูณด้วยวิธีการ Enter พบว่าค่า Multiple R=0.82 นั่นคือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างตัวแปรทำนายทั้ง 18 ตัว กับตัวแปรความสำเร็จของธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในระดับมาก ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีทั้งหมด 13 ตัว ดังนี้ ความมั่นใจในตนเอง กลยุทธ์ระดับองค์กร ความอดทน อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ความคิดเชิงนวัตกรรม เพศ เงินลงทุน ความต้องการความสำเร็จ ขนาดของกิจการ

และตำแหน่งงาน ตามลำดับ

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ความมั่นใจในตนเอง เป็นตัวแปรสำคัญที่สุดส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุบลราชธานีมีความเชื่อมั่นในตัวเองระดับมาก กล่าวที่จะลองในสิ่งใหม่ๆ กล้าตัดสินใจ และแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี สามารถควบคุมสถานการณ์ ได้อย่างเป็นตัวของตัวเอง อีกทั้งยังสามารถพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องก็จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Frese at al. (2000); Zimmerer & Scarborough

(1996); ฝนทิพย์ ฆารไสว และ ญัฐเชษฐ์ พูลเจริญ (2555) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีความมั่นใจในตนเอง สามารถทำงานได้ด้วยตนเองและกล้าตัดสินใจได้ในภาวะที่บีบคั้น สามารถในการต่อรอง หรือเผชิญกับผู้จัดการจำหน่ายหรือบริษัทใหญ่ๆ ได้

กลยุทธ์ระดับองค์กร เป็นตัวแปรสำคัญลำดับที่สองที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ อาจเนื่องด้วยผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ต้องมีการกำหนดแผนการดำเนินงานของธุรกิจในระยะยาวอย่างชัดเจนเพื่อที่จะสร้างกำไรสูงสุด มีแผนในการมองหาลาดใหม่ๆ ให้กับธุรกิจอยู่เสมอ มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาทดแทน สิ่งเหล่านี้มีผลทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จเพิ่มมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ญัฐพันธ์ เจริญนนท์ (2552) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ระดับองค์กร เป็นแนวทางการดำเนินงานขององค์กร เป็นการวางอนาคตของธุรกิจโดยการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของบริษัทให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ได้วางไว้ สอดคล้องกับการวิจัยของ สุพาดา สิริกุตตา (2556) ที่พบว่า กลยุทธ์ระดับองค์กรเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้และที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความอดทน เป็นตัวแปรสำคัญลำดับที่สามที่ส่งผลทางลบต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้เนื่องด้วยความอดทนของผู้ประกอบการจะเกิดมากขึ้นในสภาวะที่ธุรกิจมีปัญหาอุปสรรค ทำกำไรไม่ได้ ยอดขายไม่ดี ไม่มีลูกค้า หรือสภาพการแข่งขันที่รุนแรง การที่ผู้ประกอบการมีความอดทนมากเท่าไร ย่อมเกิดความเครียด ความกดดัน ความท้อถอย ซึ่งยังมีความอดทนในการทำธุรกิจมากขึ้น นั้นแสดงว่าความสำเร็จของธุรกิจนั้นกำลังมีปัญหา มีความยากลำบาก เช่น กำไรลดลง ลูกค้านลดลง เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จนั้นผู้ประกอบการต้องใช้ความอดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคหรือปัญหา และหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อช่วยให้ธุรกิจให้รอดพ้นวิกฤตไปให้ได้ และเพิ่มผลกำไรให้ธุรกิจมีมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Frese at al. (2000) ที่กล่าวว่า ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีความอดทน มีความมานะ ทำงานหนักอย่างเต็มความสามารถ ไม่ท้อแท้แม้ว่าจะเผชิญกับปัญหาต่างๆ และจะต้องมีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง เช่นเดียวกับ Zimmerer & Scarborough (1996); ฝนทิพย์ ฆารไสว และ ญัฐเชษฐ์ พูลเจริญ (2555)

ที่พบว่า ความอดทนของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ เป็นตัวแปรสำคัญลำดับที่สี่ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทางลบ ทั้งนี้อาจเนื่องด้วยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อมมีรายได้น้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่กลับประเมินความสำเร็จธุรกิจของตนเองอยู่ในระดับสูงกว่าความสำเร็จของผู้ประกอบการที่เป็นธุรกิจขนาดกลางที่ประเมินความสำเร็จของธุรกิจของตนเองอยู่ในระดับต่ำกว่า นั้นแสดงว่าธุรกิจขนาดใหญ่ขึ้นความสำเร็จของธุรกิจย่อมมีความยากมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และมีรายได้ในการทำธุรกิจมากขึ้นก็จะตั้งเกณฑ์ความสำเร็จของตนสูงขึ้นตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์ (2553) ที่กล่าวว่า รายได้ สร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจและชุมชน และทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

อายุ และระยะเวลาในการดำเนินกิจการ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการที่มีอายุมากประเมินความสำเร็จธุรกิจของตนเองในระดับต่ำกว่าผู้ประกอบการที่มีอายุน้อยกว่าที่ประเมินความสำเร็จของธุรกิจของตนเองอยู่ในระดับสูงกว่า ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ประกอบการที่มีอายุมากมีเป้าหมายหรือตั้งเป้าหมายของธุรกิจไว้สูงกว่าและผู้ประกอบการที่มีอายุน้อย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Walker & Brown (2004) ที่ทำการศึกษาว่าอะไรเป็นปัจจัยความสำเร็จที่มีความสำคัญต่อเจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ผลการวิจัย พบว่า เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมากมีแรงจูงใจในการเริ่มดำเนินธุรกิจจากพื้นฐานของวิถีชีวิตหรือปัจจัยด้านบุคคล ซึ่งปัจจัยด้านบุคคลด้านอายุ และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ก็มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดเล็กเช่นกัน

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องด้วยผู้ประกอบการต้องการมุ่งเน้นเรื่องการบริหารที่ดีต่อลูกค้า มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมีกลยุทธ์ในการรับมือกับธุรกิจ และมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการเพิ่มจำนวนลูกค้า จึงทำให้มีเป้าหมายของธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้โอกาสที่จะประสบความสำเร็จน้อยลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ญัฐพันธ์ เจริญนนท์ (2552); วิเชียร วิทย์อุดม (2558) และ สุพาดา สิริกุตตา (2556) ที่

กล่าวว่า กลยุทธ์ระดับธุรกิจ เป็นแนวทางการดำเนินงาน และการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้ความสำคัญกับการสร้างรากฐานที่มั่นคงในการแข่งขันขององค์กร

ความคิดเชิงนวัตกรรม เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุบลราชธานี มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพ มุ่งเน้นการปรับปรุงหรือดัดแปลงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการปฏิบัติ รวมถึงยังให้ความสำคัญกับการแสวงหาแนวทางใหม่ๆ มาเพิ่มมูลค่าของสินค้า และยังสามารถใช้นวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Ogawa (1994) ที่กล่าวว่า การสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่จะทำให้คุณเป็นองค์กรที่มีความโดดเด่น และมีความแตกต่างอันเป็นเอกลักษณ์ของคุณ Frese et al. (2000); ฝนทิพย์ ชาร์ไล; ญัฐเชษฐ์ พูลเจริญ (2555); Krauss et al. (2005); วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ (2558) ที่การวิจัยแล้วพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดเชิงนวัตกรรมมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เพศ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องด้วยเพศ เป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจแตกต่างกัน ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่ใช้แรงงานคนมากกว่าการใช้เครื่องจักร เน้นติดต่อสื่อสารในกระบวนการทำงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ที่เป็นเพศหญิงจึงได้เปรียบเทียบกับเพศชายเพราะมีทักษะการสื่อสารดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ประม ะสตะเวทิน (2546) ที่กล่าวว่า การสื่อสารในสถานการณ์ต่างๆ ของหญิงชายนั้น มีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านสรีระ ความถนัด สภาวะทางจิตใจ อารมณ์ นอกจากนี้ กิติมา สุรสุนธิ (2541) ยังได้กล่าวว่า ความแตกต่างกันของชาย หญิง ส่งผลต่อ ความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ที่แตกต่างกันไปด้วย เพราะวัฒนธรรมและสังคมได้กำหนดบทบาท และกิจกรรมของ คนทั้งสองเพศไม่แตกต่างกัน

เงินลงทุน เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องด้วยการที่ผู้ประกอบการจะทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้นั้น ก็ยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานทางการเงินที่มั่นคงอีกด้วย ผู้ประกอบการจะต้องนำเงินไปลงทุนในธุรกิจอย่างเหมาะสม

เพื่อให้แน่ใจว่ากิจการจะบรรลุศักยภาพจะช่วยลดการเผชิญปัญหาทางการเงินและความล้มเหลวทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Chittithaworn et al., 2011 ที่พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านเงินลงทุน มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความต้องการความสำเร็จ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องด้วยผู้ประกอบการมีเป้าหมายในการทำงานอย่างชัดเจน และผู้ประกอบการดูแลรายรับ-รายจ่ายในธุรกิจอยู่เสมอ โดยผู้ประกอบการมีการอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของของตนอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการติดต่อสื่อสารและดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และมีการวางแผนในการทำงานก่อนอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Zimmerer & Scarborough (1996); Frese et al. (2000) ได้กล่าวว่า ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ประกอบด้วยคุณลักษณะความต้องการความสำเร็จ พยายามค้นหาหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้นๆ ให้ดีกว่าเดิมเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ขนาดของกิจการ เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องด้วยผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดย่อม ซึ่งกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมนั้น เป็นธุรกิจที่มีขนาดที่ง่ายต่อการเปิดกิจการหรือดำเนินกิจการ เพราะมีจำนวนเงินลงทุนที่ไม่สูงและใช้จำนวนแรงงานต่ำ ง่ายต่อการบริหารจัดการ ดังนั้นหากธุรกิจใดมีการบริการ และระบบการจัดการในองค์กรที่ดี ก็สามารถที่จะประสบความสำเร็จได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Chittithaworn et al., 2011 ที่กล่าวว่า ลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความคล่องตัวทางการบริหาร สามารถปรับตัวเองให้เข้ากับความเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

ตำแหน่ง เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องด้วยตำแหน่งที่แตกต่างกันเป็นตัวแปรที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจแตกต่างกันผลการวิจัยนี้พบว่า ถ้าเป็นผู้ประกอบการจะประเมินความสำเร็จของธุรกิจตนเองสูงกว่าตำแหน่งอื่นๆ เพราะเจ้าของกิจการมีความคาดหวังต่อความสำเร็จของธุรกิจสูงกว่าตำแหน่งอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Berger-Walliser et al.,

(2011) ที่กล่าวว่า ความสำเร็จของธุรกิจ คือ การดำเนินการในองค์การทุกกระบวนการเพื่อมุ่งให้ได้มาซึ่งผลกำไรมากที่สุด โดยสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มุ่งสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งผู้ที่สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และกำหนดให้ทุกกระบวนการในองค์การดำเนินการได้นั้น ต้องเป็นผู้ที่ดำรงตำแหน่งเจ้าของกิจการ ตำแหน่งผู้บริหารระดับสูง เท่านั้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ได้แก่ ความมั่นใจในตนเอง ความคิดเชิงนวัตกรรม เงินลงทุน ความต้องการความสำเร็จ และความอดทน ดังนั้น ผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรจะมีความมั่นใจในตนเอง เปิดรับนวัตกรรมใหม่ๆ และนำนวัตกรรมเข้ามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องมีแหล่งเงินทุน มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน อีกทั้งผู้ประกอบการจะต้องดำเนินธุรกิจด้วยความอดทน

2) จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ระดับองค์กร และกลยุทธ์ระดับธุรกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยนี้ เป็นแนวทางให้เกิดความรู้และความเข้าใจในเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำความรู้จากการวิจัยนี้ไปใช้แก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นในธุรกิจได้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างราบรื่น ทั้งนี้ก็เพื่อลดปัญหาการเลิกกิจการลงได้

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อยอดในงานวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอื่นๆ หรือภูมิภาคเพื่อให้ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ครอบคลุมทั่วประเทศ

2) งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีพหุคูณธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดอุบลราชธานี ดังนั้นในงานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาความสำเร็จของธุรกิจกว้างขึ้น โดยไม่ใช่แค่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกระจายออกไปยังจังหวัดอื่นและภูมิภาคอื่นๆ หรือใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สูงขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กิติมา สุรสสนธิ. (2541). *ความรู้ทางการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐพันธ์ เขจรนันท์. (2552). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์. (2553). *บัณฑิตวิทยาลัย วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*; ปีที่ 4 ฉบับที่ 2.
- ปรมะ สตะเวทิน. (2546). *หลักนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- ฝนทิพย์ ฆารไสว และณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ. (2555). *รายงานวิจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พีชญาดา พื้นผา. (2560). *สถิติธุรกิจ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิเชียร วิทยอดม. (2558). *การจัดการสมัยใหม่ (MODERN MANAGEMENT)*.
- วุฒิชัย จงคำนิ่งศิลป์. (2547). *การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2544). *ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: ธีระพิมพ์และไวเท็กซ์ จำกัด.
- สมยศ นาวิการ. (2539). *ทฤษฎีองค์กร*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สามัคคีสาร (ดอกหญ้า) จำกัด.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). *“มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของ SMEs หรือ GDP SMEs ในไตรมาสแรกของปี 2559”*, ในข้อมูลและสถานการณ์ SMEs รายงานสถานการณ์ประจำเดือน. เว็บไซต์ <http://www.sme.go.th/>. ค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2559.
- สุพาดา สิริกุดตา. (2556). *กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ : กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบน* วิทยาสารเกษตรศาสตร์ : สังคมศาสตร์ 34, 428-439.

References

- Berger-Walliser, G., Bird, Robert C., & Haapio, H. (2011). *“Promoting business success through contract visualization”*, in *Journal of Law, Business, and Ethics*. p.55-75. vol 17.
- Chandler, D. (1969). *Corporate social responsibility: a strategic perspective*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Chittithaworn, C., Islam A., Keawchana T., & Hasliza, D. (2001). *“Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand”*, in *Asian Social Science*. Vol.7(5): p.180 -190. (in Thai)
- Frese, M., Stefanie I Krauss., Christian Friedrich., & Jens M Unger. (2000). *“Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners”*, *European journal of work and organizational psychology*. 14(3): 315-344; March.
- Krauss, Stefanie I., Frese, Michael., Friedrich, Christian & Unger, Jens M. (2005). *“Entrepreneurial orientation : A psychological model of success among southern African small business owners”*, in *European journal of work and organizational psychology*. 14(3): pp.315-344.

- Pletnev D.a & Barkhatov V.a. (2016). *“Business Success of Small and Medium Sized Enterprises in Russia and Social Responsibility of Managers”*, in Social and Behavioral Sciences.
- Yamane, T. (1973). *Elementary Sampling Theory*. New York: Harper and Row.
- Walker & Brown. (2004). *What Success Factors are Important to Small Business Owners*. International Small Business Journal 22: 577. The online version of this article can be found at: <http://isb.sagepub.com/content/22/6/577>.
- Zimmerer & Scarborough. (1996). *Entrepreneurship and New Venture Formation* Thomas W. Zimmerer, East Tennessee State University Norman M. Scarborough, Presbyterian College.