

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมา

1.1 ความเป็นมา

นับตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจโลกมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก อาทิ วิกฤตสินเชื่อ Sub-Prime ที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาอย่างรุนแรง ภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอยในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว ปัญหาราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม การเปิดเสรีภายใต้กรอบของ WTO และการเปิดเสรีภายใต้กรอบ FTA และ AEC ที่ส่งผลให้การแข่งขันรุนแรงขึ้นทั้งการแข่งขันในตลาดภายในประเทศ และตลาดต่างประเทศ รวมถึงปัญหาการเมืองและอัตราเงินเฟ้อในประเทศ ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนและผู้บริโภค

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในสมาชิก อาเซียน และเป็นประเทศที่มีบทบาทสำคัญในกิจกรรมต่างๆ ของอาเซียนมาโดยตลอด ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยและประเทศสมาชิกของอาเซียนจะรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) อย่างสมบูรณ์ การก้าวไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนดังกล่าวเป็นโอกาสของการเติบโตทางเศรษฐกิจของไทย และเป็นโอกาสสำหรับ SMEs ไทย แต่ในขณะเดียวกันผลกระทบจากการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ก็อาจเป็นภัยคุกคามต่อ SMEs ได้เช่นกัน ทั้งนี้ SMEs ไทยจะต้องเร่งปรับตัวและเร่งพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในภูมิภาคอาเซียนเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ซึ่งจุดมุ่งหมายหลักของ AEC คือการนำ อาเซียนไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน (Single Market and Production Base) ซึ่งหมายถึงการทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายอย่างเสรีใน 5 สาขาประกอบด้วยสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และเงินทุน ซึ่งแน่นอนว่าการเปิดเสรีดังกล่าว ย่อมมีทั้งผู้ได้รับประโยชน์และเสียประโยชน์ไม่น้อยแตกต่างกัน ตามศักยภาพของผู้ประกอบการในแต่ละประเทศการเปิดเสรีด้านการค้าเป็นสิ่งที่คุ้นเคยกันอยู่แล้ว ภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียนหรือ AFTA (ASEAN Free Trade Area) ซึ่งเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2535

โดยมีการทยอยลดอัตราภาษีศุลกากรระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี พ.ศ. 2553 นี้ประเทศอาเซียนเดิม 6 ประเทศ ได้แก่ ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซียและ บรูไน ลดอัตราภาษีศุลกากรระหว่างกันให้เหลือ 0% ในรายการ Inclusive List ขณะที่ประเทศ สมาชิกใหม่อีก 4 ประเทศคือ กัมพูชา สปป.ลาว พม่าและเวียดนาม ต้องทยอยลดอัตราภาษี ศุลกากรจนเหลือ 0% ภายในปี พ.ศ. 2558 การเปิดเสรีการค้าของอาเซียนทำให้ สินค้าส่งออก หลายรายการ ของไทยได้เปรียบคู่แข่งในอาเซียน แต่ก็มีสินค้าบางรายการต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับ การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น โดยกลุ่มสินค้าส่งออกที่คาดว่าจะได้เปรียบจากการเปิดเสรีดังกล่าวมีหลาย รายการ อาทิ ข้าวโพด ผลิตภัณฑ์ ยาง และเฟอร์นิเจอร์ ในตลาดอินโดนีเซีย เสื้อผ้าสำเร็จรูป เฟอร์นิเจอร์ รถยนต์ ในตลาดมาเลเซีย เป็นต้น ขณะที่สินค้าส่งออกบางรายการจำเป็นต้องปรับตัว ทั้งสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรม อาทิ ผลิตภัณฑ์ มันสำปะหลัง ผ้าผืน เม็ดพลาสติก ใน ตลาดอินโดนีเซีย ยางพารา ผ้าผืน ในตลาดฟิลิปปินส์ เป็นต้น

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy นับว่ามีความสำคัญทั้งต่อการพัฒนา เศรษฐกิจของประเทศโดยภาพรวม และยังเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจที่จะนำแนวคิดดังกล่าว ไปใช้ ทั้งนี้เนื่องจากในโลกธุรกิจยุคปัจจุบัน การแข่งขันทางการค้าถือว่ามีความรุนแรง เนื่องจากการเปิด เสรีทางการค้าที่แต่ละประเทศได้ทำความตกลงกัน ทำให้กำแพงกีดกันทางการค้าลดลงเป็นลำดับ และยิ่งประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ซึ่งประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ จะเปิดเสรีการค้า บริการ การลงทุนระหว่าง กัน ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงาน ทำได้โดยเสรีมากขึ้น จากปัจจุบัน จึงมีอาจปฏิเสธได้ว่า AEC จะส่งผลกระทบต่อการแข่งขันของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางขนาดย่อมหรือเอสเอ็มอี(SMEs) ที่เป็นภาคการผลิตสำคัญ และมีจำนวนผู้ประกอบการเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก โดยปัจจุบัน ประเทศไทยมีจำนวน ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีถึงประมาณ 2.92 ล้านราย(ตัวเลข ณ สิ้นปี 2553) และส่วนใหญ่จะอยู่ใน ภาค การค้าและซ่อมบำรุง 1.38 ล้านราย ภาคบริการ 0.98 ล้านรายและภาคการผลิต 0.55 ล้าน ราย รวมจำนวนการจ้างแรงงานประมาณ 10.5 ล้านคน รวมทั้งเป็นภาคธุรกิจสำคัญที่ สร้างรายได้ ประชาชาติหรือ GDP สูงถึงประมาณ 3.75 ล้านล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 37.1 ของรายได้ ประชาชาติทั้งประเทศ

1.2 ความสำคัญของปัญหา

จากประเด็นปัญหาของงานวิจัยเรื่อง “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องจากการขยายตลาดส่งออกไปสู่ต่างประเทศ ประเทศสมาชิกอื่นๆในอาเซียน อีก 9 ประเทศ มีประชากรรวมกันถึงกว่า 500 ล้านคน เป็นตลาดที่มีประชากรใหญ่กว่าประเทศไทย 7-8 เท่าตัว ซึ่งแม้ว่าหลายประเทศจะมีรายได้ประชาชาติเฉลี่ยต่อหัวต่ำกว่าไทย แต่หากรวมประชากรในกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงสูง ก็มีเป็นจำนวนมาก และในอนาคต ผลจากการพัฒนาและการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในระดับสูงต่อเนื่องหลายปีที่ผ่านมา จะทำให้ประชากรของประเทศเหล่านี้ มีรายได้และกำลังซื้อเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ และจะเป็นตลาด ส่งออกที่มีบทบาทสำคัญต่อสินค้าไทย โดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตโดยผู้ประกอบการเอสเอ็มอี โดยที่ผ่านมาเอสเอ็มอีของไทยมีการส่งออกสินค้าไปยังตลาดโลกประมาณ 1.75 ล้าน ล้านบาทคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 28.4 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของไทย (ปี 2553) และเป็นที่น่าสังเกตว่า อาเซียน เป็นตลาดส่งออกสินค้าของเอสเอ็มอีไทย ที่มีบทบาทความสำคัญสูงสุด โดยมีมูลค่าการส่งออกประมาณ 0.38 ล้านล้านบาท(มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไปตลาดอาเซียนอยู่ที่ 1.4 ล้านล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.9 ของมูลค่าการส่งออกเอสเอ็มอีไทยทั้งหมด โดยตลาดอาเซียนที่เอสเอ็มอีไทย มีการส่งออกสูงสุดได้แก่ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม

แต่หากพิจารณาจาก อัตราการขยายตัวสูงสุด จะได้แก่ ฟิlippินส์ ขยายตัวร้อยละ 57.1 และอินโดนีเซีย ร้อยละ 46.7 และมีแนวโน้มที่มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไปตลาดอาเซียน ทั้งในภาพรวม และการส่งออกในส่วนของเอสเอ็มอีไทย จะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นเป็นลำดับ โดยสินค้าในกลุ่มเอสเอ็มอีไทยที่มีการส่งออกในสัดส่วนที่สูงได้แก่ น้ำตาล ยาง พลาสติกและผลิตภัณฑ์ ทำจากพลาสติก และเครื่องจักร คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือAEC ในปี 2558 นับเป็นประเด็นความท้าทายต่อเอสเอ็มอีไทยพอสมควร โดยเฉพาะการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขันที่จะเพิ่มสูงขึ้น จากการเข้ามาของสินค้านำเข้าที่มีข้อได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิต ซึ่งจะเข้ามาแย่งตลาดกับสินค้าของไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ของไทย จึงควรนำเอาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาปฏิบัติ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและความพร้อมในการรับมือกับ AEC โดยจากการศึกษาถึงจุดเด่นของ

เอสเอ็มอีไทย พบว่ามี แรงงานฝีมือ และมีทักษะทางด้านศิลปะค่อนข้างสูง ประกอบกับขนาดของ ธุรกิจเอสเอ็มอีที่ไม่ใหญ่มากนัก ทำให้มีความคล่องตัวในการปรับรูปแบบธุรกิจ ให้สอดคล้องกับการ เปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาด โดยเฉพาะผู้บริโภคยุคใหม่ ที่นอกจากจะต้องการสินค้าที่เป็น วัตถุแล้ว ยังต้องการคุณค่าหรือรูปแบบและเอกลักษณ์เฉพาะที่แฝงอยู่ในตัวสินค้า ด้วย เรียกได้ว่า ผู้ผลิตยุคใหม่จะต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการผลิตสินค้า ดังนั้น หากมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อ นำเอาศิลปะ วัฒนธรรม รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมีอยู่ เป็นจำนวนมาก มาผสมผสานเข้ากับ ตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จะยิ่งทำให้สินค้าไทยมีศักยภาพการแข่งขันเพิ่มขึ้น

ธุรกิจเอสเอ็มอีที่มีโอกาสและความพร้อม ในการนำเอาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มา ประยุกต์เพื่อเพิ่มโอกาสและเพิ่มมูลค่าทางการตลาด มีอยู่ด้วยกันหลายกลุ่ม แต่ที่โดดเด่น เนื่องจากมีปัจจัยทางด้านวัตถุดิบ รวมถึงมีภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นสนับสนุน ก็ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร ประเทศไทย มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านวัตถุดิบทางการเกษตร ทั้งพืช ผัก ผลไม้ ปศุสัตว์ ประมง จนได้ชื่อว่าเป็นครัวของโลก ขณะเดียวกัน ก็มีวัตถุดิบที่สามารถนำมาใช้ปรุง เป็นอาหารได้หลากหลาย โดยเฉพาะพืชสมุนไพรต่างๆ ซึ่งทั้งสองส่วนนี้ สามารถนำมาประยุกต์ และผสมผสานเพื่อพัฒนาอาหารไทยให้มีความหลากหลาย และเพิ่มมูลค่า รวมทั้งเป็นที่ต้องการ ของตลาด

โดยที่ผ่านมา ไทยมีการส่งออกสินค้าเกษตรในรูปวัตถุดิบค่อนข้างมาก ดังนั้นหากสามารถ แปรรูปสินค้าส่งออกไปจะช่วยเพิ่มมูลค่า สินค้าให้สูงขึ้น สินค้าแฟชั่น ไทยเป็นประเทศผู้ผลิตและ ส่งออกสินค้าประเภทแฟชั่นชั้นนำในภูมิภาคอาเซียน ทั้งสิ่งทอ เสื้อผ้าสำเร็จรูป อัญมณีและ เครื่องประดับ รองเท้าและเครื่องหนัง แต่การจะ มุ่งเน้นไปที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ผู้ประกอบการ ไทยจำเป็นต้องปรับตัวจากที่มุ่งเน้นการเป็นผู้รับจ้างผลิต ก็ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ไปสู่การตลาดที่ มุ่งเน้นการแข่งขันด้านคุณภาพ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เน้นการออกแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ตรงตามประโยชน์ใช้สอยของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และพยายามที่จะสร้างตราสินค้าของตนเอง ขึ้นมา เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน อุตสาหกรรมหัตถกรรม เครื่องเรือน จักรสาน งานไม้ โลหะ เครื่องปั้นดินเผา ถือเป็นสินค้าพื้นเมืองที่มีการผลิตอย่างแพร่หลายในชุมชนท้องถิ่นของไทย ซึ่งแต่ ละแห่งก็มีรูปแบบ ลวดลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตามความรู้ความชำนาญที่แต่ละท้องถิ่นมี ซึ่ง หากสามารถพัฒนาทางด้านการออกแบบสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ จะช่วยให้งาน

หัตถกรรมไทย สามารถขยายตลาดส่งออกต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมภาพยนตร์ กระแสความนิยมในดนตรี ภาพยนตร์ รวมทั้งการแต่งกายสไตล์เกาหลีหรือที่เรียกว่า K-POP ได้รับความนิยมยอมรับทั้งในไทยและในภูมิภาคเอเชีย อันถือเป็น หนึ่งใน การนำแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาใช้ โดยการผสมผสานเทคโนโลยี ร่วมกับมรดกทางวัฒนธรรมการใช้ชีวิต การแต่งกาย ที่เกาหลีมี ลงไปในสินค้า ซึ่งปัจจุบัน ภาพยนตร์และดนตรีไทย ก็กำลังเริ่มก้าวออกไปได้รับความนิยมใน ต่างประเทศมากขึ้น เนื่องจากไทยมีทุนทางวัฒนธรรมที่สั่งสมและมีประวัติยาวนาน ประกอบกับ ผู้ผลิตมีการ พัฒนาบทหรือ เนื้อหาสาระของสื่อที่จะถ่ายทอดได้ตรงกับรสนิยมของตลาด ต่างประเทศ

สำหรับประโยชน์ที่คาดว่าผู้ประกอบการเอสเอ็มอีจะได้รับ จากการนำแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์มาพัฒนาสินค้า สามารถสรุปได้ ดังนี้ สร้างศักยภาพการแข่งขันที่ยั่งยืน ประเทศไทยมี อาจจะพึ่งพาปัจจัยการผลิต ทั้งวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงาน ที่มีราคาถูกได้อีกต่อไป ทั้งนี้ เนื่องจาก ปัจจัยดังกล่าวมีการปรับตัวสูงขึ้น เป็นลำดับ ทำให้การแข่งขันทางด้านราคามิอาจจะดำเนินไปได้ ในระยะยาว ประการสำคัญกลุ่มลูกค้าเป็นจำนวนมาก เริ่มที่จะมีพฤติกรรมความต้องการบริโภค สินค้า ที่มีความแตกต่างจากที่มีทั่วไปในตลาด ฉะนั้นการผลิตสินค้าหรือบริการ โดยการใส่ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ จะช่วยให้สินค้ามีความโดดเด่น น่าสนใจ ดึงดูดใจกลุ่มลูกค้าใน ระยะยาว สร้างอัตราผลตอบแทน เพื่อให้สินค้าสามารถแข่งขันได้ ผู้ประกอบการทั่วไปจึงต้องตั้ง ราคาจำหน่ายให้ถูก ส่งผลให้อัตราผลตอบแทนต่อหน่วยต่ำ และหากต้องการกำไรเพิ่มขึ้น ก็ จำเป็นต้องเพิ่มปริมาณจำหน่ายสินค้า ซึ่งก็ต้องเพิ่มกำลังการผลิต และตามมาด้วยการลงทุนซื้อ เครื่องจักรใหม่ แต่หากธุรกิจมีการใส่นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ลงในตัวสินค้า จะสามารถ กำหนดราคาที่เหมาะสมได้

เนื่องจากผู้ซื้อยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อคุณค่าที่แฝงอยู่ในตัวสินค้า ทำให้ธุรกิจมีกำไรต่อ หน่วย และผลตอบแทนธุรกิจเพิ่มขึ้น สร้างภาพลักษณ์ ความแตกต่าง เป็นที่จดจำ ที่ผ่านมามี สินค้าไทยเป็นจำนวนมากที่ถูกลอกเลียนแบบสินค้า ทั้งรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า ใน ตลาดต่างประเทศ โดยผู้ผลิตสินค้าในต่างประเทศที่มีต้นทุนต่ำกว่า แต่หากสินค้าไทยมีการพัฒนา นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ใส่เข้าไปในตัวสินค้า จะทำให้การเลียนแบบสินค้าทำได้ยากลำบาก ขึ้น กล่าวโดยสรุปแล้ว การเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ในปี 2558 ได้นำมา

ทั้งโอกาสและความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไทย จากการขยายตลาด ไปสู่ประเทศสมาชิกอื่นๆอีก 9 ประเทศ ที่มีประชากรรวมกันถึงกว่า 500 ล้านคน อันเป็นตลาดที่ใหญ่กว่าไทยหลายเท่าตัว รวมถึงการลดอุปสรรคทางการค้าโดยเฉพาะมาตรการ ทางด้านภาษีและไม่ใช่ภาษี สำหรับปัญหาก็คือ การเข้ามาของสินค้าจากประเทศสมาชิกอาเซียน ที่ส่งเข้ามาทำตลาด และสินค้าจากหลายประเทศก็มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าไทย ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการไทย จำเป็นต้องเร่งพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันให้สูงขึ้น

โดยหนึ่งในตัวช่วยที่สำคัญก็คือ การพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ภายใต้การนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างเสริมมาปรับใช้กับการผลิตสินค้า เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา อย่างไรก็ตาม ในส่วนของภาครัฐเอง ก็จำเป็นต้องเข้ามาสนับสนุนงบประมาณ ทางด้านการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม เทคโนโลยี และการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เอสเอ็มอีไทยสามารถนำไปต่อยอดการผลิต และช่วยให้เอสเอ็มอีของ ไทย มีศักยภาพการแข่งขันอย่างยั่งยืน สามารถขยายตลาดส่งออกและนำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมากเนื่องจากปัจจุบันประเทศต่างๆ

ผู้วิจัยได้ตระหนักถึง ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015 จึงเป็นที่มาของคำถามวิจัยในครั้งนี้

1.3 คำถามการวิจัย

คำถามการวิจัยกำหนดขอบเขตในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษา “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” โดยดำเนินการวิจัยเพื่อตอบคำถามในประเด็น ดังนี้

1. ปัจจัยการปรับตัว ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015 มีประกอบด้วยปัจจัยอะไรบ้าง
2. ปัจจัยอะไรที่มีผลต่อ SME เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015 องค์ประกอบใดบ้าง

1.4 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนัก (Awareness and Recognition) ถึงการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015
2. เพื่อศึกษาปัจจัยแนวคิดของแผนธุรกิจ 7Cs ของภาคธุรกิจ SME มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการสร้างรายได้เปรียบของ ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015

1.5 ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าวิจัยในครั้งนี้ โดยการศึกษาจะเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่

พื้นที่ กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาครั้งนี้แบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการ SME กลุ่มผู้ใช้บริการ

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธี

แบบสอบถาม

จำนวน 500 คน โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยที่ใช้ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มผู้ใช้บริการ ที่เกี่ยวข้องกับ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 เดือน

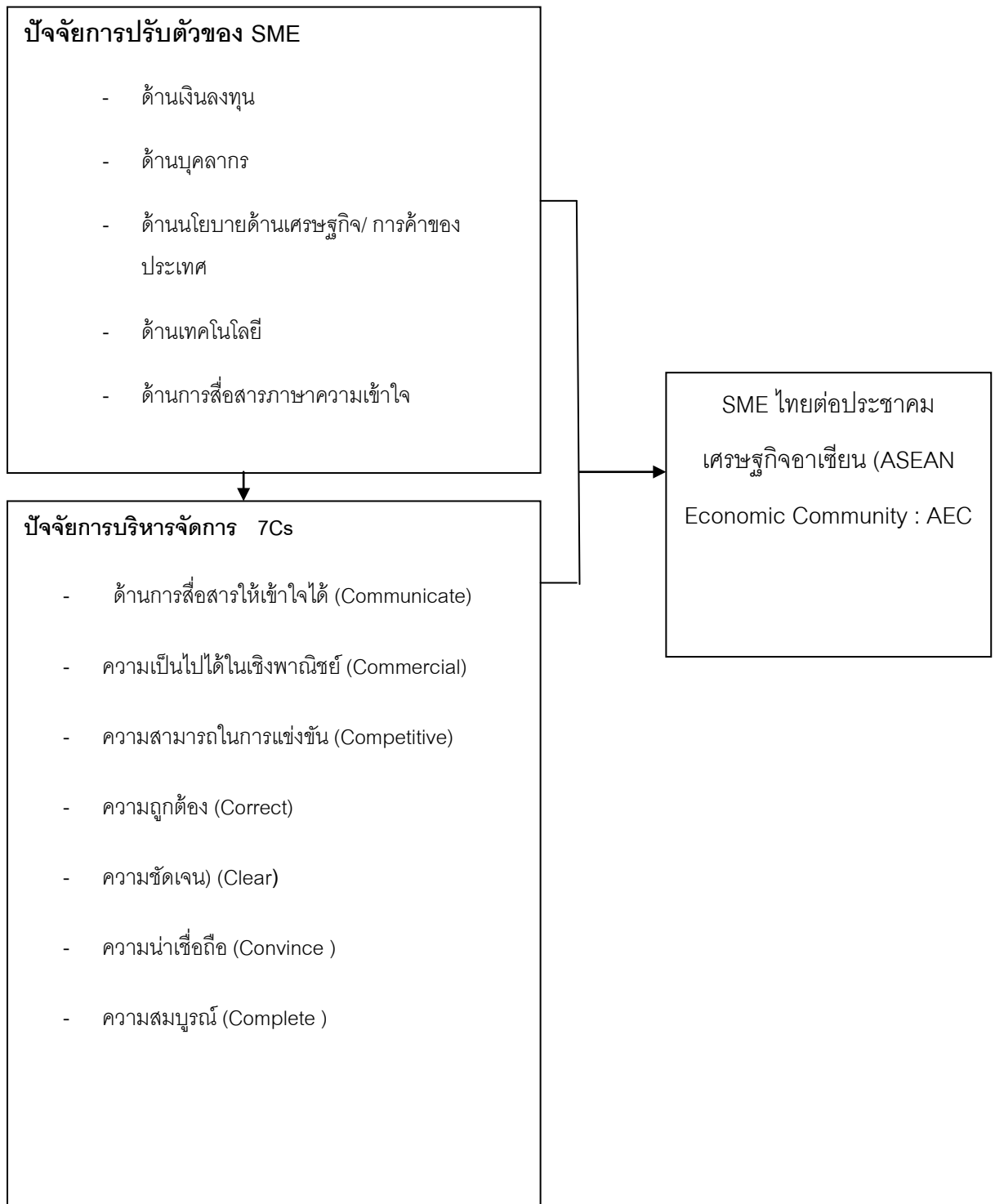
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

(Conceptual Framework) จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมา ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และสรุปว่าจำเป็นที่จะต้องใช้กรอบแนวคิดวิจัย เพื่อหาปัจจัยการปรับตัวของ SME

ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ตัวแปรต้น (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



1.6 สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อระดับปัจจัยที่มีผลต่อการปรับตัวของ SMEs ไทย ในการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่างกัน
2. ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยที่แตกต่างกันที่มีระดับการสร้างความได้เปรียบการแข่งขันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่างกัน
3. ปัจจัยการบริหารจัดการ 7Cs มีความสัมพันธ์ระดับการปรับตัว ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. แนวทางในการการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนัก (Awareness and recognition) ถึงความจำเป็นในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs
2. วิเคราะห์และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ SMEs ของไทยกับประเทศสมาชิกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC)
3. นำผลข้อมูลที่ได้ในการเป็นแนวทางการสนับสนุนให้แก่ภาครัฐ ด้านการวางแผนกลยุทธ์ ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ของประเทศไทย
4. เป็นแนวทางการพัฒนาปรับปรุงส่วนที่มีผลต่อการพิจารณาการปรับตัวของ SMEs ไทย
5. ผลการศึกษาจะได้รับข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางศักยภาพของ SMEs ไทยในการสร้างความได้เปรียบการแข่งขันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่อไป

1.9 คำนิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เศรษฐกิจประชาคมอาเซียน (ASEAN Economic Community) หมายถึง อาเซียน (ASEAN) หรือสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี 2510 สมาชิกเริ่มแรกมี 6 ประเทศ คือ บรูไน ดารุสซาลาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ภายหลังได้มีสมาชิกเพิ่มขึ้นอีก 4 ประเทศ คือ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม หรือที่เรียกกันว่า CLMV โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างสันติภาพในภูมิภาคอันจะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และได้มีการรวมกลุ่มเพื่อขยายความร่วมมือและการค้าระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น (ASEAN Economic Community 2009)

การปรับตัว หมายถึง เป็นการปรับของ SME ไทย ในการเตรียมความพร้อมในการรับมือ ในการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ได้แก่ ด้านเงินทุน ด้านบุคลากร ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ ด้านเทคโนโลยี ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ เป็นต้น

ผู้ประกอบการ SME (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่จัดองค์กร จัดการและรับผลของความเสี่ยงทางธุรกิจ หรือกิจการ บุคคลที่สนใจกับการเป็นผู้ประกอบการเนื่องจาก (1) ความต้องการความสำเร็จ (2) หวังผลกำไรจากการดำเนินงาน และ (3) ความเจริญเติบโต จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการพัฒนาพฤติกรรมในด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแนวทางในการจัดการธุรกิจ (Megginson, Byrd, and Megginson, 2003: 11)

“SMEs” (SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES) หรือ “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” หมายถึง กิจการที่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) ไม่เกิน 200 ล้านบาท หรือมีการจ้างงานน้อยกว่า 200 คน โดยครอบคลุมกิจการ 3 ประเภทคือ กิจการผลิต กิจการค้า และ กิจการบริการ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” ครั้งนี้ได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอแนวคิดและทฤษฎีตามหัวข้อต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ SMEs
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจูงใจ
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันทางการเงิน
- 2.7 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC)

ความหมาย

อาเซียนมีประเทศสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไนดารุสซาลาม กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม นับแต่ก่อตั้ง ประเทศสมาชิกอาเซียนพยายามส่งเสริมการยึดมั่นในบรรทัดฐานร่วมกัน และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบาย ความร่วมมือที่เกิดขึ้นระหว่างกันมีส่วนช่วยป้องกันความขัดแย้งไม่ให้เกิดขึ้นในภูมิภาค

อาเซียน หรือ Association of Southeast Asian Nations : ASEAN หมายถึง สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เรียกย่อ ๆ ว่า อาเซียน เป็นองค์กรที่ถือกำเนิดตาม

ปฏิญญากรุงเทพ ฯ (Bangkok Declaration) ของผู้นำประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์และไทย ที่จะให้มีการรวมกลุ่มและร่วมมือกันเสริมสร้างให้ภูมิภาคมีสันติภาพอันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมือง และความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งต่อมา บรูไนดารุสซาลาม ได้เข้าเป็นสมาชิกลำดับที่ 6 ในปี พ.ศ.2527 เวียดนามเข้าเป็นสมาชิกลำดับที่ 7 ในปี พ.ศ.2528 ลาวกับพม่า เข้าเป็นสมาชิกพร้อมกันเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2540 และสุดท้ายกัมพูชาเข้าเป็นสมาชิกในปี พ.ศ.2542 ทำให้ปัจจุบันอาเซียนมีสมาชิกรวม 10 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย บรูไน เวียดนาม ลาว พม่า และกัมพูชา (ASEAN Secretariat, 2009)

ภาพที่ 2.1 กลุ่มสมาชิกอาเซียน



ที่มา : (ASEAN Secretariat, 2009)

วัตถุประสงค์

ปฏิญญาอาเซียน (The ASEAN Declaration) ได้ระบุว่า เป้าหมายและจุดประสงค์ของอาเซียน คือ 1) เร่งรัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางสังคมและการพัฒนาวัฒนธรรม ในภูมิภาค และ 2) ส่งเสริมสันติภาพและเสถียรภาพในภูมิภาค โดยการเคารพหลักความยุติธรรมและ หลักนิติธรรมในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในภูมิภาค ตลอดจนยึดมั่นในหลักการแห่ง กฎบัตรสหประชาชาติ(ASEAN Secretariat, 2009)

การก่อตั้งอาเซียน ในปี 2540 (ค.ศ.1997) ผู้นำของประเทศสมาชิกอาเซียนได้รับรอง “วิสัยทัศน์อาเซียน 2020” (ASEAN Vision 2020) โดยเห็นพ้องกันในวิสัยทัศน์ร่วมของอาเซียนที่จะเป็นวงสมานฉันท์ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้ ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก การใช้ชีวิตในสภาพที่มีสันติภาพ เสถียรภาพ และความเจริญรุ่งเรือง ผูกมัดกันเป็นหุ้นส่วนในการพัฒนา ที่มีพลวัตและในประชาคมที่มีความเอื้ออาทรระหว่างกัน(ASEAN Secretariat, 2009)

ปี 2546 ผู้นำอาเซียนได้เห็นพ้องกันที่จะจัดตั้งประชาคมอาเซียนที่ประกอบด้วย 3 เสาหลัก อันได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political-Security Community-ASC) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC) และประชาคมสังคม-วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community-ASCC) ภายในปี 2563 ต่อมา ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 12 ที่เมืองเซบู ฟิลิปปินส์ ผู้นำประเทศอาเซียนตกลงที่จะเร่งรัดกระบวนการสร้างประชาคมอาเซียนให้แล้วเสร็จภายในปี 2558(ASEAN Secretariat, 2009)

ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ

ประเทศสมาชิกอาเซียนได้จัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area – AFTA) ในปี 2535 ตามข้อเสนอของนายอานันท์ ปันยารชุน นายกรัฐมนตรีไทยในสมัยนั้น เพื่อเป็นกลไกช่วยขยายการค้าระหว่างประเทศสมาชิกและดึงดูดการลงทุนจากภายนอก ขณะนี้ (ปี 2551) ประเทศสมาชิกอาเซียนเดิม 6 ประเทศ ได้ลดภาษีสินค้าในกรอบ AFTA ทุกรายการลงเหลือร้อยละ 0-5 โดยสินค้าร้อยละ 80 มีอัตราภาษีที่ร้อยละ 0 แล้ว ส่วนสินค้าที่เหลือ ประเทศสมาชิกอาเซียนเดิมมีเป้าหมายที่จะลดอัตราภาษีเป็นร้อยละ 0 ในปี 2553 และประเทศสมาชิกใหม่ (CLMV) ในปี 2558(ASEAN Secretariat, 2009)

สำหรับการค้าบริการได้ทยอยเปิดเสรีมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยมุ่งเน้นใน 7 สาขา คือ การเงิน ขนส่งทางทะเล ขนส่งทางอากาศ การสื่อสาร โทรคมนาคม การท่องเที่ยว ก่อสร้าง และบริการธุรกิจ ส่วนการลงทุน ประเทศสมาชิกอาเซียนได้ดำเนินความร่วมมือในการส่งเสริมการลงทุนครอบคลุมสาขาการผลิต เกษตร ประมง ป่าไม้ เหมืองแร่ และบริการที่เกี่ยวข้องกับ 5 สาขา

ดังกล่าว (services incidental) แต่ยังจำกัดเฉพาะการลงทุนโดยตรง (FDI) ไม่รวมถึงการลงทุน
ด้านหลักทรัพย์ (portfolio investments) (ASEAN Secretariat, 2009)

นอกจากนี้ อาเซียนมีความตกลงว่าด้วยความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมของอาเซียน
(ASEAN Industrial Cooperation – AICO) ซึ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อภาคเอกชน AICO มี
วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับสินค้าอุตสาหกรรมของอาเซียน โดยสนับสนุน
การแบ่งการผลิตภายในภูมิภาค ลดต้นทุนการผลิตโดยการลดภาษีนำเข้าสินค้าสำเร็จรูป กึ่ง
สำเร็จรูป และวัตถุดิบ แต่มีเพียงอุตสาหกรรมรถยนต์เท่านั้นที่ใช้ประโยชน์จากความตกลงนี้
พัฒนาการในด้านแนวคิดการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนได้เกิดขึ้นอย่างชัดเจน ในการ
ประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 8 เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2545 ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา
ซึ่งผู้นำประเทศอาเซียนได้เห็นชอบให้มีการกำหนดทิศทางการดำเนินงานเพื่อไปสู่เป้าหมายที่
ชัดเจน ได้แก่ การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community – AEC) ซึ่ง
มีความสอดคล้องอาจจะเป็นไปในทำนองเดียวกับประชาคมเศรษฐกิจยุโรปในระยะเริ่มต้นอาเซียนได้
ดำเนินการหลายด้านเพื่อผลักดันการจัดตั้ง AEC โดยมีแนวทางดำเนินงาน ที่สำคัญ ดังนี้

1. การนำร่องการรวมกลุ่ม 11 สาขาสำคัญ เพื่อส่งเสริมให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ
การลงทุน และแรงงานฝีมือในสาขานำร่องทั้ง 11 สาขาที่เสรี และสร้างการรวมกลุ่มที่เป็นรูปธรรม
พร้อมกำหนดประเทศผู้ประสานงานหลัก (Country Coordinators) ในแต่ละสาขา ดังนี้

ประเทศ	สาขา
อินโดนีเซีย	1) ยานยนต์ 2) ผลิตภัณฑ์ไม้
มาเลเซีย	2) ผลิตภัณฑ์ยาง 4) สิ่งทอ
พม่า	5) ผลิตภัณฑ์เกษตร 6) ผลิตภัณฑ์ประมง
ฟิลิปปินส์	7) อิเล็กทรอนิกส์
สิงคโปร์	8) เทคโนโลยีสารสนเทศ 9) สุขภาพ
ไทย	10) การท่องเที่ยว 11) การบิน

การจัดทำแผนงาน (Roadmap) ของแต่ละสาขาที่ระบุมาตรการสำคัญทั้งที่เป็นมาตรการร่วมและมาตรการเฉพาะของแต่ละสาขาเพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่ม โดยเฉพาะการเร่งรัดอุปสรรคต่างๆ ทั้งในด้านการค้าสินค้า (การเร่งลดภาษีสินค้าในสาขาสำคัญ การจัดทำมาตรการกีดกันทางการค้า ที่ไม่ใช่ภาษี) การค้าบริการ และการลงทุน ให้มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรการผลิตได้อย่างเสรี รวมทั้งส่งเสริมการ “outsource” ภายในภูมิภาค เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการ ในอาเซียน ทั้งนี้ รัฐมนตรีเศรษฐกิจอาเซียนเห็นชอบให้เพิ่มสาขาโลจิสติกส์เป็นสาขาใหม่สาขาที่ 12 โดยมีเวียดนามเป็นผู้ประสานงานหลักของสาขาดังกล่าว (ASEAN Secretariat, 2009)

2. พิมพ์เขียวเพื่อเร่งรัดการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) แผนงานภายใต้ AEC Blueprint มีเป้าหมายที่จะส่งเสริมให้อาเซียนเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว มีการเคลื่อน ย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมืออย่างเสรี และการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้น ส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียน ลดช่องว่างการพัฒนาระหว่างประเทศสมาชิก และส่งเสริมการรวมตัวเข้ากับประชาคมโลกของอาเซียน ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2550 เห็นชอบร่างแผนงานและตารางเวลา และนายกรัฐมนตรี (พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์) ได้ลงนามในปฏิญญาเกี่ยวกับ AEC Blueprint แล้วในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 13 ที่สิงคโปร์ เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2550

1. ประโยชน์จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนจะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค และเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก ซึ่งนับวันจะเริ่มทวีความ รุนแรงมากขึ้น โดยอาเซียนจะสามารถขยายการค้าและการลงทุนทั้งภายในภูมิภาคและระหว่างภูมิภาคให้สูงขึ้นเนื่องจากการลดอุปสรรคทางด้านภาษี และมาตรการที่ไม่ใช่ภาษีต่าง ๆ
2. การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนจะมีส่วนสำคัญในการช่วยขยายการค้าและ การลงทุนภายในภูมิภาคให้สูงขึ้น เนื่องจากทำให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และเงินทุนได้ อย่างเสรีมากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนการผลิต และส่งเสริมให้มีการใช้วัตถุดิบ/ชิ้นส่วนที่ผลิตภายในภูมิภาค มากยิ่งขึ้น

3. AEC จะช่วยลดการพึ่งพาตลาดในประเทศที่สาม โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มที่อาเซียนมีศักยภาพและสามารถผลิตได้ในระดับมาตรฐานสากล อาทิ ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ และเครื่องสำอาง เป็นต้น
4. การเป็นประชาคมจะช่วยสร้างอำนาจการต่อรองของอาเซียนในเวทีโลก เนื่องจากปัจจุบันแนวโน้มการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ได้เพิ่มมากขึ้นทั้งในกรอบพหุภาคีและกรอบภูมิภาค การรวมกลุ่มของอาเซียนจึงช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับกลุ่มเศรษฐกิจอื่น ๆ และนำมาซึ่งผลประโยชน์โดยรวมของภูมิภาค
5. การเคลื่อนย้ายอย่างเสรีของปัจจัยการผลิตจะช่วยเพิ่มสวัสดิการและยกระดับความเป็นอยู่ของผู้บริโภคให้ดีขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคจะสามารถเลือกสรรสินค้าต่าง ๆ ได้หลากหลายมากขึ้น ในราคาที่ถูกลง รวมทั้งได้รับสินค้าที่มีมาตรฐานในระดับภูมิภาคและระดับโลก
6. ความร่วมมือที่เข้มข้นขึ้นจะช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนโดยยกระดับกระบวนการผลิต และเกี่ยวเนื่องกันในช่วงตอนกระบวนการผลิต ตั้งแต่กระบวนการจัดซื้อ กระบวนการผลิต และการตลาด
7. ผลประโยชน์ข้างเคียงจากการเป็นประชาคมคือ ช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเนื่องมาจากการประหยัดต่อขนาด (economy of scale) การแบ่งงานกันทำ (division of labor) และการพัฒนาความชำนาญในการผลิต (specialization) ตลอดจนมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ร่วมกันโอกาสทางการค้าของไทยจากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ(ASEAN Secretariat, 2009)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับตัว

ความหมาย

เป็นการปรับของ SME ไทย ในการเตรียมความพร้อมในการรับมือในการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ได้แก่ ด้านเงินลงทุน ด้านบุคลากร ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ ด้านเทคโนโลยี ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ เป็นต้น

ผลกระทบของ AEC และการปรับตัวของไทย

ผลกระทบเชิงบวก

1. การลดและยกเลิกมาตรการทางภาษีในปี 2553 เป็นร้อยละ 0 ทั้งหมดยกเว้นรายการสินค้าอ่อนไหวและอ่อนไหวมาก (Sensitive and Highly Sensitive) ของกลุ่มอาเซียน 6 รวมทั้งประเทศไทย และ 2558 สำหรับกลุ่ม CLMV เป็นการอุปสรรคทางการค้าและส่งเสริมให้อาเซียนเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ เป็นการเพิ่มโอกาสในการส่งออกของไทย โดยตลาดอาเซียนเป็นตลาดส่งออกอันดับ 1 ของไทย ทั้งนี้ ในปี 2553 มูลค่าการค้าของไทยกับอาเซียนมีจำนวน 2.37 ล้านล้านบาท หรือร้อยละ 22.7 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศทั้งหมดของไทย (เพิ่มจากร้อยละ 20 ในปี 2552)

2. ต้นทุนในการผลิตของไทยต่ำลง สามารถนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าชั้นกลางที่ใช้ในการผลิตได้ในราคาที่ถูกลง

3. เป็นการสร้างเสริมโอกาสการลงทุนเมื่อประเทศอาเซียนมีการเคลื่อนย้ายเงินทุนได้เสรีมากยิ่งขึ้น

4. เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไทย เมื่อมีการใช้ทรัพยากรการผลิตร่วมกัน/ เป็นพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกับอาเซียนอื่น ๆ

5. เพิ่มอำนาจการต่อรองของไทยในเวทีการค้าโลก ASEAN Secretariat, 2009)

ผลกระทบเชิงลบ

1. สินค้าของประเทศอาเซียนอื่นเข้าสู่ตลาดไทยได้โดยไม่มีภาระภาษี ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องแข่งขันมากขึ้น แต่ที่ผ่านมามีมูลค่าการส่งออกไปยังอาเซียนสูงกว่าการนำเข้าจากอาเซียน
2. ในด้านการลงทุน หากประเทศไทยไม่มีการพัฒนาปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ประสิทธิภาพการผลิตของแรงงาน (Labor productivity) และไม่มีการปรับปรุงกฎระเบียบกฎหมายให้มีความทันสมัยไม่เป็นอุปสรรคต่อนักลงทุน อาจทำให้มีการย้ายฐานการผลิตจากประเทศไทยไปยังประเทศอื่นๆ ใน ASEAN ที่เหมาะสมกว่า
3. การเคลื่อนย้ายแรงงานได้อย่างเสรี อาจทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานที่มีฝีมือของไทยไปประเทศที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน และต้องจ้างแรงงานต่างด้าวจากประเทศที่ค่าแรงถูกกว่าเข้ามา อาจก่อปัญหาด้านสังคม และเนื่องจากทิศทางนโยบายของไทยคือ การเป็น “รัฐสวัสดิการ” ทำให้งบประมาณของรัฐส่วนหนึ่งจะไปเป็นสวัสดิการของแรงงานต่างด้าว
4. ตลาดสินค้าในประเทศ (Domestic Market) หากตลาดภายในของไทยยังไม่มีกลไกในการป้องกันไม่ให้สินค้าคุณภาพต่ำกว่าที่ผลิตได้ในประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นเข้ามาขายในประเทศมากขึ้น ก็จะทำให้แผนนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมของไทยที่มีเป้าหมายในการพัฒนาในอุตสาหกรรมที่มีคุณภาพสูงขึ้นอาจเกิดปัญหาอุปสรรคได้ เนื่องจากไม่มีตลาดภายในประเทศรองรับ รวมทั้งอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตแก่ผู้ประกอบการไทยในการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตได้ (ASEAN Secretariat, 2009)

การปรับตัวของ SME ดังนี้

1. การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ทั้งในด้านแรงงาน เทคโนโลยี รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาดโลก เพื่อที่จะสามารถแข่งขันได้

2. การเตรียมความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและเพื่อรองรับการลงทุนจากต่างประเทศ
3. หาดตลาดส่งออก ปรับปรุงการผลิตให้สามารถปฏิบัติตามกฎถิ่นกำเนิดสินค้าของอาเซียนได้ รวมถึงการบริหารจัดการ การจัดหาวัตถุดิบราคาถูกและมีคุณภาพดีในภูมิภาค
4. การปรับปรุงโครงสร้างภาษีของไทยทั้งระบบเพื่อให้เอื้อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการไทย
5. ส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการผลิต (Production Network) เพื่อให้สามารถสร้าง Economy of Scale เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับโลก
6. ปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการผลิตการลงทุนในภาคอุตสาหกรรม
7. มีกลไกที่ก่อให้เกิดความเสมอภาคในการเข้าสู่ตลาดภายในประเทศอย่างเป็นรูปธรรม

(ASEAN Secretariat, 2009)

การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานฝีมือ

โดยเสรีและการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีขึ้น ในการนี้ ผู้นำอาเซียนได้เห็นชอบให้ เร่งรัดการรวมกลุ่มสินค้าและบริการสำคัญ 11 สาขา เป็นสาขานำร่อง โดยมีประเทศสมาชิกรับผิดชอบในการจัดทำ Road map ในแต่ละสาขา ได้แก่

- ไทย : การท่องเที่ยวและการบิน
- พม่า : สินค้าเกษตรและสินค้าประมง
- อินโดนีเซีย : ยานยนต์และผลิตภัณฑ์ไม้
- มาเลเซีย : ยางและสิ่งทอ
- ฟิลิปปินส์ : อิเล็กทรอนิกส์
- สิงคโปร์ : เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง และการบริการด้านสุขภาพ

(ASEAN Secretariat, 2009)

สมหมาย ชินนาค (2554) ในความคิดเห็นที่มองเห็นถึงมุมมอง ในแง่สังคมและวัฒนธรรม การเป็นประชาคมอาเซียน 2015 เหมือนนาทกรรมที่ถูกสร้างขึ้นโดยเสรีนิยมใหม่ เพราะว่า ที่ผ่านมาอาเซียนยังไม่มีแนวคิดเรื่องความเป็นภูมิภาค ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความรู้สึกรักชาติ ผลประโยชน์ของชาติยังฝังรากลึกอยู่ ความรู้สึกของความเป็นหนึ่งเดียวกันยังไม่เกิดขึ้นในประเทศอาเซียน ดังนั้นการเป็นประชาคมอาเซียนจึงเป็นเรื่องที่ทำทนายอย่างยิ่ง จะต้องสร้างความร่วมมือระหว่างกันมากขึ้นเพื่อให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นกลุ่มเดียวกันให้ได้

สุนทร ชุตินทรานนท์ (2554) : ได้ให้ความคิดเห็นว่าการปรับตัวการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน 2015 การปรับตัวเป็นการเตรียมความพร้อมของไทยก้าวไปพร้อมๆ กันกับอาเซียน การเตรียมพร้อมให้กับประชาชน สร้างการรับรู้ในเรื่องของอาเซียน นั้นเป็นเรื่องที่ต้องรีบปฏิบัติ

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยสรุปได้ว่า “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” นั้นปัญหา อุปสรรคและโอกาส” ทำให้ได้รับทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมตัวของประเทศไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ทั้ง ๓ เสาหลัก ประชาคมการเมืองและความมั่นคง ประชาคมเศรษฐกิจ ประชาคมสังคมและวัฒนธรรม มุมมองในแง่มุมมองต่างๆ จากผู้ที่มีภารกิจที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ ทำให้ได้รู้ถึงปัญหา อุปสรรคและโอกาสในอนาคตของประเทศไทยว่าจะก้าวไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดศักยภาพ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ SMEs

ความหมาย

บุคคลที่จัดองค์กร จัดการและรับผลของความเสี่ยงทางธุรกิจ หรือกิจการ บุคคลที่สนใจกับการเป็นผู้ประกอบการเนื่องจาก (1) ความต้องการความสำเร็จ (2) หวังผลกำไรจากการดำเนินงาน และ(3) ความเจริญเติบโต จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการพัฒนาพฤติกรรมในด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแนวทางในการจัดการธุรกิจ (Megginson, Byrd, and Megginson, 2003: 11)

แนวคิดการจัดตั้งคลัสเตอร์

กำหนดให้การพัฒนา “คลัสเตอร์” เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยได้นำแนวคิดคลัสเตอร์กับความสามารถในการแข่งขัน

ไมเคิล อี พอร์เตอร์ (1996) มาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากกระบวนการคลัสเตอร์เป็นกระบวนการที่จะสนับสนุนและเอื้อให้เกิดการเชื่อมโยงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิตและบริการที่เกี่ยวข้องเอื้อให้มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันเพื่อเพิ่มผลิตภาพ รวมถึงการเชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยที่จะช่วยต่อยอดองค์ความรู้ที่จะนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการและการสร้างนวัตกรรม เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมและสร้างผลิตภาพโดยรวม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้จ้างสถาบันคีนันแห่งเอเซีย (2554) โดยวิธีคัดเลือกให้ดำเนินโครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster Mapping) เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ เพื่อสำรวจสถานะปัจจุบันและวิเคราะห์ข้อมูลคลัสเตอร์ทั่วประเทศ พร้อมทั้งศึกษาบทวนกรอบแนวคิดหลักเกณฑ์การประเมินสถานะการพัฒนาคลัสเตอร์และรูปแบบการพัฒนาคลัสเตอร์ที่ได้มีการศึกษา และดำเนินการไว้โดยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ แล้วจัดลำดับความสำคัญโดยแบ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง และกลุ่มที่มีศักยภาพต่ำ เพื่อให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมและเป็นไปได้ รวมทั้งจัดทำคู่มือการพัฒนาคลัสเตอร์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ

“การพัฒนา “คลัสเตอร์” เป็นแนวทางหนึ่งในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ” กรอบแนวคิดเกี่ยวกับคลัสเตอร์ การศึกษาในโครงการนี้ได้อาศัยกรอบแนวคิดของศาสตราจารย์ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ ซึ่งค่อนข้างเปิดกว้างและมีได้เน้นกลุ่มหรืออุตสาหกรรมใดหรือทำเลใดเป็นการเฉพาะ โดยได้ให้คำจำกัดความของ “คลัสเตอร์” ไว้ดังนี้

“คลัสเตอร์” หมายความว่า การรวมตัวกัน (Linkages) ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกัน และตั้งรวมกันอยู่อย่างหนาแน่น (Concentration / Critical-Mass) ในทำเลหนึ่ง ๆ (Geographical Proximity) โดยมีวัตถุประสงค์ที่พ้องต้องกัน (Commonality) ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (Complementarities) เพื่อประโยชน์ของทุกฝ่าย ในขณะเดียวกันก็ยังคงมีการแข่งขันกันทางธุรกิจ (Competition) นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยง (Connectivity) กับหน่วยงานหรือองค์กรสนับสนุนต่าง ๆ เช่น สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันที่ปรึกษา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกัน มีผลทำให้เกิดองค์

ความรู้ใหม่ ๆ และพัฒนาไปสู่สังคมแห่งภูมิปัญญา (Knowledge-based) อันเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม (Innovation) และผลิตภาพโดยรวม (Total Productivity)

โครงการจัดทำแผนที่เครือข่ายวิสาหกิจนี้ได้อาศัยแบบการวิเคราะห์ปัจจัย 4 ด้าน (Diamond Model) มาใช้ในการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และใช้เป็นตัววัดความพร้อมและศักยภาพของคลัสเตอร์ รวมทั้งเพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่จะช่วยให้คลัสเตอร์สามารถที่จะยกระดับความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น

สามารถวิเคราะห์ได้ว่า คลัสเตอร์เป็นแนวคิดใหม่ การศึกษาตามโครงการนี้ จึงมีข้อจำกัดในด้านการเข้าใจความหมายของคลัสเตอร์ที่แตกต่างกันของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้หน่วยงานมีการ เก็บข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร หรืออาจจะไม่มีการจัดเก็บข้อมูลของคลัสเตอร์ได้เลย ทั้งนี้ การสำรวจข้อมูลคลัสเตอร์ ซึ่งที่ปรึกษาได้ดำเนินการในขั้นตอนแรกเป็นการสำรวจคลัสเตอร์จากข้อมูลทุติยภูมิที่หน่วยงานต่าง ๆ ได้จัดทำไว้ หลังจากนั้นจึงเป็นการลงไปสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมในพื้นที่ ดังนั้น รายชื่อคลัสเตอร์ทั้งหมดในโครงการนี้ จึงอาจไม่รวมถึงคลัสเตอร์บางแห่งที่ไม่ได้เคยมีปรากฏอยู่ในข้อมูลการสำรวจของหน่วยงานภาครัฐการศึกษาแนวทางการพัฒนาคลัสเตอร์ในประเทศไทย ประเทศไทยมีการพัฒนาคลัสเตอร์ของภาคการผลิตและบริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสรุปได้ ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีบทบาทในการพัฒนา คลัสเตอร์ใน 3 ระดับ คือ

(1) การสร้างความรู้ ความเข้าใจและความตระหนักในการพัฒนาคลัสเตอร์ โดยได้ศึกษาทฤษฎีและกรอบแนวคิดการพัฒนาคลัสเตอร์ การพัฒนาของต่างประเทศ การพัฒนาคลัสเตอร์ของภาครัฐและเอกชนในประเทศไทย และกำหนดเกณฑ์การประเมินสถานะการพัฒนาคลัสเตอร์เบื้องต้น จัดพิมพ์เอกสารและจัดสัมมนาเผยแพร่แนวคิดและนโยบายการพัฒนาคลัสเตอร์ในประเทศไทยทั้งในส่วนกลางและภูมิภาคมาเป็นลำดับ

(2) การผลักดันโดยจัดทำบันทึกความร่วมมือสร้างเครือข่ายการประสานงานและผลักดันการพัฒนาคลัสเตอร์กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน รวม 11 หน่วยงาน ประกอบด้วย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ

สำนักงานประมาณ สำนักงานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) (หรือบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเดิม) และสถาบันคีนันแห่งเอเชีย เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2548 เพื่อร่วมผลักดันให้เกิดการพัฒนาคลัสเตอร์ในภาคการผลิตและบริการ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งสนับสนุนให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจัดทำโครงการนำร่องและกระทรวงศึกษาธิการจัดทำหลักสูตรการพัฒนาผู้ประกอบการพัฒนาคลัสเตอร์

(3) การจัดทำฐานข้อมูลเครือข่ายวิสาหกิจของประเทศไทย เพื่อวางนโยบายคลัสเตอร์ในภาพรวม ซึ่งคือโครงการนี้ สำหรับการติดตามประเมินผลนั้นมีการดำเนินงานในลักษณะการติดตามความก้าวหน้าโครงการที่เป็นโครงการนำร่อง

กระทรวงอุตสาหกรรม

(1) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ดำเนินการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรม (Industrial Cluster) ที่เป็นกลุ่มยุทธศาสตร์ตามข้อเสนอของ ศาสตราจารย์ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ อาทิ คลัสเตอร์ยานยนต์ และชิ้นส่วน คลัสเตอร์อาหาร คลัสเตอร์สิ่งทอ เป็นต้น โดยใช้แนวทางการดำเนินงานของ JICA UNIDO และ Scottish Enterprise ซึ่งเน้นการเชื่อมโยงผู้ประกอบการตลอดห่วงโซ่อุปทาน สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมนั้น จะแบ่งเป็น 13 สาขา และอยู่ระหว่างการดำเนินการจัดทำแผนปรับโครงสร้างของอุตสาหกรรมตามศักยภาพและโอกาสในการแข่งขัน

(2) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ได้ทำการศึกษาเพื่อจัดทำระบบการเชื่อมโยงเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมเครื่องหนัง ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อรองรับโครงการกรุงเทพฯ เมืองแฟชั่น ตามยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

(3) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้จัดทำแผนแม่บทสำหรับส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในลักษณะหนึ่งกลุ่มจังหวัดหนึ่งคลัสเตอร์ โดยในเบื้องต้นกำหนดพื้นที่ 9 กลุ่มจังหวัด และคาดว่าจะสนับสนุนให้มีการดำเนินงานในปีงบประมาณ 2550

(4) การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนโยบายการพัฒนา นิคมอุตสาหกรรมในลักษณะ Specialized Zone เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายอย่างครบวงจร อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการดำเนินงานในลักษณะคลัสเตอร์

3. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เน้นการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิต ตามแนวทางยุทธศาสตร์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีแผนการจัดทำแผนที่นำทาง (Technology Roadmap) เพื่อพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของคลัสเตอร์ที่มีการรวมตัวกันแล้ว ซึ่งได้มีการริเริ่มขึ้นแล้วในอุตสาหกรรมฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ และคลัสเตอร์กุ้ง รวมทั้งมีการแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาคลัสเตอร์ เพื่อพิจารณาส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้กับคลัสเตอร์ต่าง ๆ ส่วนในด้านการผลักดันการพัฒนาคลัสเตอร์เป้าหมายนั้นได้มีการจัดตั้งสำนักงานบริหารคลัสเตอร์ (Cluster Management Agent) ขึ้นเพื่อทำหน้าที่ในการประสานงาน

สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง (2554) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับจัดทำโครงการพัฒนาคลัสเตอร์ของกลุ่มการผลิตและบริการ ประกอบด้วยโครงการย่อย คือ โครงการจัดทำแผนภูมิภาคกลุ่มการผลิตของประเทศ โครงการพัฒนานักพัฒนาคลัสเตอร์ และโครงการพัฒนาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์

กระทรวงมหาดไทย (2554) มีให้ความหมายของการจัดกลุ่มคลัสเตอร์ตามลักษณะการบริหารราชการจังหวัดพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Based) โดยยึดกรอบบทบาทผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นเสมือนกับผู้บริหารสูงสุดแบ่งพื้นที่ออกเป็น 19 กลุ่มจังหวัด

กรมส่งเสริมการเกษตร(2554) ได้อาศัยพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ส่งเสริมกิจการชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือธุรกิจการค้าอื่น ๆ ดำเนินการโดยบุคคลที่มีความผูกพันและมีวิถีชีวิตร่วมกัน ซึ่งประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชน รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ปัจจุบันอยู่ระหว่างการพัฒนาผู้ประกอบการพัฒนาคลัสเตอร์ปาล์มน้ำมัน จังหวัดชุมพร

สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย (2554) ร่วมกับมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าจังหวัด ทำการสำรวจคัลส์เตอร์ธุรกิจ ใน 76 จังหวัด และจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาคัลส์เตอร์ที่มีศักยภาพ 11 กลุ่ม ในพื้นที่ภาคใต้ นอกจากนี้ได้มีการจัดตั้งกลุ่มสมาคมการค้าตามประเภทธุรกิจ 9 กลุ่ม

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (2554) ได้จัดตั้งสายงานพัฒนาคัลส์เตอร์ ขึ้น 9 กลุ่ม และส่งเสริมความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานวิจัยกับภาคการผลิต เพื่อให้มีการนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลกับภาคอุตสาหกรรม

9. นอกจากนี้ ยังมีเอกชนอีกหลายหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการพัฒนาคัลส์เตอร์ ในภาคปฏิบัติ เช่น สถาบันคีนันแห่งเอเซีย ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน) ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) โดยจัดหาผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาหารือแก่คัลส์เตอร์ที่เพิ่มเริ่มต้น รวมทั้งทำหน้าที่เป็น ผู้ประสานการพัฒนาเพื่อให้คัลส์เตอร์เหล่านั้นสามารถดำเนินการเองได้ รวมถึงสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ของคัลส์เตอร์

10. สรุป จากการทบทวนแนวทางการพัฒนาคัลส์เตอร์ของหน่วยงานต่าง ๆ พบว่าแม้ส่วนใหญ่จะดำเนินการโดยยึดกรอบแนวคิดของพอร์เตอร์เป็นหลัก แต่ยังมีความเข้าใจในแนวคิดและค่านิยมของ “คัลส์เตอร์” แตกต่างกันทำให้การดำเนินการพัฒนาในภาพรวมยังมีความแตกต่างกันไป ทั้งในเรื่องขนาดของวิสาหกิจที่เป็นเป้าหมายสำหรับการพัฒนา วิธีการและขั้นตอนในการพัฒนา รวมทั้งเป้าหมายของการพัฒนา ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ความเข้าใจและขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานนั้น ๆ มีอยู่และเป็นการดำเนินการแบบต่างคนต่างทำยังไม่มีกระบวนการทั้งด้านแผนงาน โครงการและด้านงบประมาณให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการตามแผนธุรกิจ 7Cs

ความหมาย

เป็นแนวคิดของการบริหารตามแผนธุรกิจที่ดี (Concept of good business plan) อันประกอบด้วย Communicate (การสื่อสารให้เข้าใจได้) Commercial (ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์) Competitive (ความสามารถในการแข่งขัน) Correct (ความถูกต้อง) Clear (ความชัดเจน) หรือเรียกว่า 5Cs ของแนวคิดของแผนธุรกิจที่ดี (บิสซิเนสไทย,2555)แต่เพื่อให้เรื่องของแนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ .C – Complete และ C – Convince รวมเป็น 7Cs อันประกอบด้วย

1.C – Communicate

2.C – Commercial

3.C – Competitive

4.C – Correct

5.C – Clear

6.C – Complete

7. C – Convince

ซึ่งถ้าแผนธุรกิจใดก็ตามที่มี 7Cs นี้ครบถ้วน ก็จะสามารถจัดได้ว่าเป็นแผนธุรกิจที่ดีและสามารถตอบสนอง ต่อวัตถุประสงค์ในการจัดทำแผนสำหรับผู้ประกอบการได้เป็นอย่างดีมีประสิทธิภาพ โดย 2Cs ที่เหลือคือ Complete (ความสมบูรณ์) และ Convince (ความน่าเชื่อถือ) โดยรายละเอียดของ 2Cs ดังนี้คือ

Complete

ความสมบูรณ์ในตัวแผนธุรกิจ (Complete) ถือเป็นประเด็นสำคัญในการจัดทำแผนธุรกิจอีกประการหนึ่ง โดยความสมบูรณ์ในที่นี้จะหมายถึง ความสมบูรณ์ของรายละเอียดต่างๆทั้งหมดในแผนธุรกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการวางแผนในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงข้อมูลประกอบอื่นๆที่สำคัญ และจำเป็นสำหรับการพิจารณาเกี่ยวกับธุรกิจ โดยสำหรับโครงสร้างของแผนธุรกิจมาตรฐานทั่วไป จะมีรายละเอียดในหัวข้อต่างๆ ได้แก่

แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งแสดงถึงเหตุผลในการเลือกดำเนินธุรกิจ ประวัติความเป็นมาของธุรกิจ ซึ่งแสดงถึงประวัติความเป็นมาตั้งแต่เริ่มต้นธุรกิจ อุปสรรคและความสำเร็จของกิจการ ผลการดำเนินการที่ผ่านมาในอดีต เช่น รายได้ ผลกำไรหรือขาดทุน การเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์หรือทุนของกิจการ เป็นต้น

รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการ ซึ่งแสดงถึง รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ เช่น แบบ ขนาด การใช้ประโยชน์ สี คอรัส เป็นต้น ราคาขายของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ราคาค่าบริการ สถานที่จำหน่าย หรือสถานที่ให้บริการผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการ รูปแบบการโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น (บิสสิเนสไทย,2555)

สภาวะตลาดหรืออุตสาหกรรม ซึ่งแสดงถึงสภาพตลาดหรืออุตสาหกรรมที่เป็นอยู่ สภาพการแข่งขัน ข้อมูลของคู่แข่ง การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกของธุรกิจ หรือที่เรียกกันว่า SWOT analysis อันเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกิจการ เป็นต้น ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ ซึ่งแสดงถึงข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของธุรกิจ เช่น ชื่อของกิจการ สภาพการเป็นนิติบุคคล สถานที่ตั้งของธุรกิจ พუნจตทะเบียนหรือทุนของกิจการ เป็นต้น และแผนดำเนินงานของธุรกิจ อันประกอบด้วย แผนการบริหารจัดการซึ่งมักจะเป็นเรื่องของบุคลากร การกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย เป็นต้น

แผนการตลาด ซึ่งจะเป็นเรื่องของการกำหนดเกี่ยวกับลูกค้าเป้าหมายของกิจการ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมายซึ่งจะประกอบด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการตลาด แผนการผลิตหรือบริการ ซึ่งเป็นเรื่องของการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการในการผลิตหรือให้บริการ เช่น รายละเอียดเกี่ยวกับสถานประกอบการในการผลิตหรือการให้บริการ ขั้นตอนการผลิตหรือให้บริการ การแสดงถึงกระบวนการในการผลิตหรือการให้บริการ เป้าหมายการผลิตหรือการให้บริการ เป็นต้น (บิสสิเนสไทย,2555)

แผนการเงิน ซึ่งแสดงเกี่ยวกับรายละเอียดของที่มาหรือรายได้ของกิจการ ประมาณการต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย งบการเงินของธุรกิจอันประกอบด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เป็นต้น

แผนการวิเคราะห์ความเสี่ยงของธุรกิจหรือแผนฉุกเฉิน ซึ่งแสดงถึงแนวทางการระบุถึงปัญหาหรือความเสี่ยงของธุรกิจและแนวทางในการแก้ไขปัญหา แผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ซึ่งแสดงถึงวิธีการหรือแนวทางการดำเนินงานที่จะทำให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การใช้ระบบสารสนเทศ การวางระบบบัญชีหรือการบริหารการเงินที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นต้น

ภาคผนวกหรือเอกสารแนบซึ่งเป็นเอกสารหรือข้อมูลประกอบต่างๆ ที่ช่วยสนับสนุนความน่าเชื่อถือในแผนธุรกิจ ซึ่งในส่วนของแผนการวิเคราะห์ความเสี่ยงของธุรกิจหรือแผนฉุกเฉิน และแผนการปรับปรุงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ นั้นเป็นแผนดำเนินการส่วนเสริมที่ขึ้นอยู่กับผู้จัดทำแผนว่าจะมีการจัดทำหรือไม่ แต่อย่างน้อยที่สุดในแผนธุรกิจก็ควรจะมีเรื่องของข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ แนวคิดในการดำเนินธุรกิจ ประวัติความเป็นมา สภาวะตลาดหรืออุตสาหกรรม แผนการบริหารจัดการ แผนการตลาด แผนการผลิตหรือบริการ และแผนการเงิน รวมถึงภาคผนวกให้ครบถ้วน (บิสซิเนสไทย,2555)

โดยปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่มักจะเป็นเรื่องของแผนการเงิน ที่ผู้จัดทำแผนธุรกิจซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มักจะไม่สามารถจัดทำได้อย่างถูกต้องหรือไม่สามารถจัดทำได้เลย หรือสมมติฐานต่างๆ ขาดความน่าเชื่อถือหรือไม่สามารถเป็นไปได้จริง ทำให้แผนธุรกิจส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการ SMEs มักขาดความสมบูรณ์ เนื่องจากแผนการเงินหรือผลลัพธ์ทางการเงินถือเป็นตัววัดผลประกอบการของธุรกิจ รวมถึงตัวเลขต่างๆ ในแผนการเงินนั้นมีที่มาจากกิจกรรม หรือวิธีการดำเนินการต่างๆ ของธุรกิจในแผนการตลาด แผนบริหารจัดการ แผนการผลิตหรือแผนบริการ ซึ่งสิ่งต่างๆ ที่กำหนดขึ้นนี้จะป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของกิจการ โดยมีจุดประสงค์ในการสร้างรายได้ให้กับกิจการเพื่อหวังในผลกำไรที่จะเกิดขึ้น ดังนั้นถ้าแผนธุรกิจขาดในส่วนของแผนการเงินที่ถูกต้อง ย่อมทำให้แผนธุรกิจฉบับนั้นไม่สมบูรณ์เพียงพอในการพิจารณาเกี่ยวกับรายละเอียดต่างๆ ของแผนธุรกิจว่ามีความน่าเชื่อถือหรือมีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด

Convince

การสร้างที่น่าเชื่อถือ (Convince) อาจถือว่าเป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดสำหรับการจัดทำแผนธุรกิจ โดยเฉพาะเมื่อการจัดทำแผนธุรกิจนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการนำเสนอต่อบุคคลภายนอก เช่น ธนาคารหรือสถาบันการเงิน เนื่องจากการตัดสินใจในการให้การสนับสนุนนั้น (บิสสิเนสไทย,2555)

ขึ้นอยู่กับว่าแผนธุรกิจนั้นมีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด รายละเอียดต่างๆในแผนธุรกิจมีความเป็นเหตุเป็นผล มีความสอดคล้องในแผนงานต่างๆ ซึ่งแสดงถึงควมมีประสิทธิภาพในการวางแผนธุรกิจของผู้จัดทำ โดยสิ่งที่จะทำให้เกิดความน่าเชื่อถือนี้ก็จะมาจาก 6Cs ที่ได้กล่าวถึงมาแล้วก่อนหน้านี้เอง คือ ผู้อ่านหรือผู้พิจารณาแผนสามารถเข้าใจในรายละเอียดต่างๆระบุไว้ในแผนธุรกิจ ธุรกิจมีความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์หรือสามารถดำเนินการได้จริง ธุรกิจสามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นที่มีอยู่ได้ รายละเอียดต่างๆในแผนธุรกิจมีความถูกต้อง มีความชัดเจนเพียงพอที่จะไม่เกิดข้อสงสัยในรายละเอียดต่างๆที่ระบุไว้ และแผนธุรกิจมีความครบถ้วนสมบูรณ์ ในรายละเอียดหรือหัวข้อต่างๆของแผนธุรกิจสำหรับผู้อ่านหรือผู้พิจารณาแผน(บิสสิเนสไทย,2555)

สามารถสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการแผนธุรกิจ 7Cs:ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องจากการขยายตลาดส่งออกไปสู่ต่างประเทศ ประเทศสมาชิกอื่นๆในอาเซียนอีก 9 ประเทศ ของแนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจที่ดีนี้จะเป็นประโยชน์ปรับตัวของ SMEs ธุรกิจในการประเมินถึงประสิทธิภาพ

2.4แนวคิดเกี่ยวกับการจูงใจ

ความหมาย

เมอร์เรย์ (Murray, 1959 : 164-166) ได้ให้คำจำกัดความของแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์หรือความต้องการสัมฤทธิ์ผล (n-Achievement) ว่า คือความปรารถนาที่จะทำบางสิ่งบางอย่างที่ยากให้ประสบผลสำเร็จ โดยเปลี่ยนแปลงหรือจัดการความคิด ตัวบุคคล ให้มีความเหมาะสม บุคคลที่มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จมักจะทำงานอย่างเป็นอิสระและรวดเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ ความต้องการประสบความสำเร็จมีสาเหตุมาจากบุคคลพิชิตอุปสรรคที่ยิ่งใหญ่ได้ ซึ่งไม่เพียงแต่ได้มาตรฐานที่เป็นเลิศเท่านั้น แต่ยังเหนือกว่าความสำเร็จของบุคคลอื่นๆ ด้วย

แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1953 : 110-111) ให้คำจำกัดว่า คือ การตั้งเป้าหมายในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อประสบความสำเร็จ โดยการแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเลิศ (standard of excellence) มีความพยายามที่จะทำให้ดีกว่าผู้อื่น เป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับกิจกรรม ของการแข่งขัน แต่บางครั้งมาตรฐานอันดีเลิศอาจไม่ใช่การแข่งขันกับผู้อื่น อาจเป็นรางวัลโดยธรรมชาติของความสำเร็จเองก็ได้

วิดเลอร์ (Vidier, 1977 : อ้างถึงใน ทศพร ประเสริฐสุข, 2524 : 24) ได้อธิบายว่าเป็นกระบวนการของการวางแผน การกระทำและความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับการพยายามต่อสู้เพื่อความสำเร็จในการบรรลุมาตรฐานอันดีเลิศที่บุคคลตั้งเอาไว้ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ไม่จำเป็นต้องเป็นความสำเร็จหรือความสามารถที่สังเกตเห็นได้ แต่จะเกี่ยวข้องกับการวางแผนและความพยายามต่อสู้เพื่อความเป็นเลิศ ดังนั้นทัศนคติต่อความสำเร็จจึงเป็นสิ่งที่สำคัญกว่าความสำเร็จที่สังเกตได้

กล่าวโดยสรุป แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ หมายถึง ความปรารถนา ความพยายาม และความตั้งใจที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จด้วยดีและได้มาตรฐานอันดีเลิศ โดยพยายามแข่งขันกับมาตรฐานและบุคคลอื่น เพื่อให้ได้มาตรฐานและดีกว่าบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องเป็นแรงผลักดันให้บุคคลมีความมุ่งมั่น บากบั่น ฝ่าฟันอุปสรรค ด้วยความคาดหวังในความสำเร็จมากกว่ากลัวความล้มเหลว

2) คุณลักษณะของบุคคล

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คุณลักษณะของผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไว้ ซึ่งสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน ดังนี้

เมอร์เรย์ (Murray, 1938 ; cited in Klein, 1982 : 353) ได้สรุปว่า ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงมีคุณลักษณะคือ เป็นบุคคลที่มีความทะเยอทะยาน มีความปรารถนาอย่างแรงกล้าที่จะแข่งขันเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

เฮอร์แมน (Hermans, 1970 ; 354-355) ได้รวบรวมคุณลักษณะของผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไว้ดังนี้คือ

- (1) มีความมุ่งมั่นหรือความทะเยอทะยาน (Aspiration level) ที่จะประสบความสำเร็จ
- (2) มีพฤติกรรมการเสี่ยง (Risk-taking behavior) ในระดับปานกลางโดยจะเสี่ยงในระดับที่คิดว่าจะประสบความสำเร็จได้
- (3) มีแรงผลักดันให้ก้าวไปข้างหน้า (Upward mobility) สู่อันดับที่สูงขึ้น
- (4) มีความทนทาน ยืนหยัด (Persistence) ในการทำงานที่ยากได้
- (5) มีการยึดเหนี่ยวอยู่กับงาน (Task tension) แม้จะถูกรบกวนหรือขัดจังหวะก็จะพยายามทำให้เสร็จ
- (6) มีความรู้สึกต่อเวลา (Time perception) ว่าเป็นสิ่งที่เคลื่อนไหวตลอดเวลา ไม่หยุดนิ่ง
สิ่งต่าง ๆ จะเกิดอย่างรวดเร็ว
- (7) มีทัศนคติต่อเวลา (Time perspective) มองเวลาในทัศนะของการมุ่งสู่ออนาคต
สามารถจดจำเกี่ยวกับกำหนดระยะเวลาของงานได้ดี
- (8) มักเลือกเพื่อนร่วมงาน (Partner choice) ระหว่างคนที่มีความสามารถแต่เฉยเมย
กับคนที่เห็นอกเห็นใจแต่ไร้ความสามารถ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงจะเลือกผู้ที่มีความสามารถ
เป็นอันดับแรก
- (9) มีพฤติกรรมที่ต้องการการยอมรับ (Recognition behavior) พยายามทำงานให้ดี
เพื่อให้เป็นที่ยอมรับ
- (10) มีพฤติกรรมเพื่อความสำเร็จ (Achievement behavior) มีพฤติกรรมที่จะสัมพันธ์
กับความสำเร็จ

แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1953; cited in Klein, 1982 : 361-362) กล่าวไว้ในงานวิจัยของเขาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงว่ามีลักษณะดังนี้คือ

- (1) กล้าเสี่ยงในระดับปานกลางที่ต้องตัดสินใจบนพื้นฐานของทักษะ (take moderate but decisive risk on the basis of skill) นั่นคือเลือกทำสิ่งที่ยาก เหมาะสมกับความสามารถของตน ไม่เลือกทำสิ่งที่ง่ายหรือง่ายเกินไป
- (2) มีความกระตือรือร้น และแสดงกิจกรรมที่ต้องใช้เครื่องมือสมัยใหม่ (be energetic and exhibit novel instrumental activity)
- (3) มีความรับผิดชอบต่อตนเองในการทำงาน (be individually responsible for their own actions) เพื่อให้งานสำเร็จ
- (4) ทราบผลที่แน่ชัดในการตัดสินใจของตนเอง (have knowledge of the results of their decisions)
- (5) มีการคาดการณ์ล่วงหน้า (anticipate future events) เล็งการณ์ไกล เป็นผู้ที่มีแผนระยะยาว
- (6) มีทักษะในการจัดองค์การ (have organizational skills) และในปี 1969 แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1969 : อ้างถึงใน ทศพร ประเสริฐสุข, 2524 : 28) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูงไว้ดังนี้
 - (1) เป็นผู้ที่มีความพยายามบากบั่นกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้สำเร็จมากกว่าที่จะทำเพื่อหลีกเลี่ยงความล้มเหลว
 - (2) จะเลือกงานที่เหมาะสมกับความสามารถของตนเองให้ประสบผลสำเร็จ ดังนั้นการกำหนดเป้าหมายจึงไม่ยากหรือง่ายต่อความสำเร็จจนเกินไป
 - (3) เป็นผู้ที่มีความคิดวางแผนทุกอย่างจะประสบความสำเร็จก็ด้วยความตั้งใจจริงของคนเท่านั้น ไม่ใช่เพราะโอกาสอำนวยให้
 - (4) การกระทำกิจกรรมใด ๆ นั้นมุ่งให้บรรลุมาตรฐานของตนเองมากกว่ารางวัลหรือชื่อเสียง

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีส่วนร่วมกันที่สำคัญ คือ มีการตั้งความหวังที่จะประสบความสำเร็จในระดับที่สูง จึงเป็นผู้ที่มีความมานะอดทน พากเพียรในการทำงาน มีความรับผิดชอบ มีระบบในการทำงาน เพื่อให้บรรลุมาตรฐานอันดีเลิศเหนือกว่าผู้อื่น

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ความหมาย

โจนส์ (Jones) (1996) : ได้ให้ความคิดเห็นว่าเป็นการตัดสินใจองค์การว่าเป็นกระบวนการที่จะแก้ไขปัญหาขององค์กร โดยการค้นหาทางเลือกและเลือกทางเลือกหรือแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ได้กำหนดไว้

โกวิท กังสนันท์ (2545) : ให้ความหมายของการตัดสินใจว่า การตัดสินใจเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงสถานะของผู้ตัดสินใจมีตัวเลือกหลายๆ ตัว และตัวเขาจะต้องเปรียบเทียบผลที่เกิดจากตัวเลือกต่างๆ ก่อนที่จะตัดสินใจเพื่อเลือกตัวอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปลงมือปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์บางอย่างที่เขาต้องการ

แสวง รัตนมงคลมาศ (2546) : ให้ความหมายของการตัดสินใจเอาไว้ว่า การตัดสินใจหมายถึง การเลือกบนทางเลือก (choice of alternative) ซึ่งทางเลือกนั้นจะต้องมี

1. ทางเลือกหลายทาง หากมีทางเลือกเดียวไม่ถือว่าเป็นการตัดสินใจ
2. ต้องใช้เหตุผลประกอบการพิจารณา โดยใช้ข้อมูลตัวเลขต่างๆ มาพิจารณาตัดสินใจด้วย
3. จุดมุ่งหมายที่แน่นอน การตัดสินใจนั้นกระทำไปเพื่ออะไร

ถวัลย์ วรเทพพิพิพษ์ (2540) : ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจไว้ว่า เป็นกระบวนการเลือกหนทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจ

แพตเทอสัน (ซัทซ์ หะชาเล็ม, 2540: 6 อ้างอิงจาก Patterson. 1980: 107) กล่าวถึงการตัดสินใจว่า หมายถึง การที่บุคคลเข้าไปสู่การเสี่ยง โดยมีการรวบรวมและประเมินข้อมูล มีทางเลือกหลายทางและมีสิ่งประกอบอื่นๆ ที่สำคัญอันนำไปสู่การตัดสินใจเลือก

ติน ปรัชญพฤทธิ (2542) ได้ให้ความหมายของการตัดสินใจ (decision making) ไว้ว่าเป็น การเลือกดำเนินการหรือไม่ดำเนินการ ที่เห็นว่าดีที่สุดหรือเลวที่สุดจากทางเลือกหลายๆ ทาง โดยมีขั้นตอนการตัดสินใจดังนี้

1. การทำความเข้าใจในปัญหาและข้อเท็จจริงต่างๆ
2. การรวบรวมข่าวสารและข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
3. การวิเคราะห์ข่าวสารและข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ
4. การเลือกปฏิบัติที่ดีที่สุดเพียงทางปฏิบัติเดียว
5. การดำเนินการให้เป็นไปตามผลของการตัดสินใจ
6. การติดตามและประเมินผลของการดำเนินการ

วิไล จิระวัชร (2548) การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกการปฏิบัติที่เห็นว่าดีที่สุดจากหลายๆ ทางที่มีอยู่ โดยพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อเลือกสิ่งที่ดีที่สุดในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การตัดสินใจหมายถึง การเลือกหนทางที่เหมาะสมที่สุดบนทางเลือกที่มีอยู่ ภายใต้พื้นฐานการวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบคอบถี่ถ้วน

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของรีเดอร์ (Reader)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของรีเดอร์ (Reader) 1996: ได้ให้ความเห็นว่าเป็นพฤติกรรมของบุคคล และได้แสดงให้เห็นว่า การกระทำของบุคคลนั้นเป็นผลมาจากการที่บุคคลมีความเชื่อหรือไม่เชื่อในสิ่งนั้น ๆ ดังนั้นในการตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรมทางสังคมของบุคคลทุกเรื่องจึง

เป็นผลมาจากการที่มีความเชื่อและไม่เชื่อดังกล่าว โดยเฉพาะพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวกับการตัดสินใจนั้น รีเดอร์ (Reader) ได้เสนอความคิดและแนวทางการวินิจฉัยในพฤติกรรมโดยการแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของปัจจัยต่าง ๆ จำนวน 15 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ โดยแบ่งปัจจัยดังกล่าวนี้ออกเป็นปัจจัยความเชื่อ 10 รูปแบบ และความไม่เชื่อ 5 รูปแบบที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ และกระทำพฤติกรรมทางสังคม รีเดอร์ (Reader) ได้แบ่งปัจจัยออกเป็นประเภทต่าง ๆ ถึง 3 ประเภท ปัจจัยดึง (Pull factors) ปัจจัยผลัก (Push factors) และปัจจัยความสามารถ (Able factors) ดังนี้ (คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. 2547)

1. ปัจจัยดึง

1.1 เป้าประสงค์ ความมุ่งประสงค์ที่จะให้บรรลุและให้สัมฤทธิ์จุดประสงค์ในการกระทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้น ผู้กระทำจะมีการกำหนดเป้าหมาย หรือจุดประสงค์ไว้ก่อนล่วงหน้า และผู้กระทำพยายามกระทำทุกวิถีทางเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย

1.2 ความเชื่อ ความเชื่อเป็นผลมาจากการที่บุคคลได้รับรู้ไม่ว่าจะเป็นแนวคิดความรู้ ซึ่งความเชื่อเหล่านี้จะมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลและพฤติกรรมทางสังคมในกรณีที่บุคคลจะเลือกรูปแบบของพฤติกรรมบนพื้นฐานของความเชื่อที่ตนยึดมั่นอยู่

1.3 ค่านิยม เป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ และกำหนดการกระทำของตนเอง ค่านิยมนั้นเป็นความเชื่ออย่างหนึ่งที่มีลักษณะถาวร ค่านิยมของมนุษย์จะแสดงออกทางทัศนคติ และพฤติกรรมของมนุษย์ในเกือบทุกรูปแบบ ค่านิยมมีผลต่อการตัดสินใจในกรณีที่ว่าการกระทำทางสังคมของบุคคลพยายามที่จะกระทำให้สอดคล้องกับค่านิยมที่ยึดถืออยู่

1.4 นิสัยและขนบธรรมเนียม คือ แบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดแล้วสืบต่อกันด้วยประเพณี และถ้ามีการละเมิดก็就会被บังคับด้วยการที่สังคมไม่เห็นชอบด้วยในการตัดสินใจที่จะเลือกกระทำพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของมนุษย์นั้น ส่วนหนึ่งจึงเนื่องมาจากแบบอย่างพฤติกรรมที่สังคมกำหนดไว้ให้แล้ว

2. ปัจจัยหลัก

2.1 ความคาดหวัง คือ ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องตัวเองโดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นถือปฏิบัติ และกระทำในสิ่งที่ตนต้องการ ดังนั้นในการเลือกกระทำพฤติกรรม (Social action) ส่วนหนึ่งจึงขึ้นอยู่กับความคาดหวังและทำที่ของบุคคลอื่นด้วย

2.2 ข้อผูกพัน (Commitments) คือ สิ่งที่ผู้กระทำเชื่อว่าเขาถูกผูกมัดที่จะต้องกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์นั้น ๆ ข้อผูกพันจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ และการกระทำของสังคม เพราะผู้กระทำตั้งใจที่จะกระทำสิ่งนั้น ๆ เนื่องจากเขารู้ว่าเขามีข้อผูกพันที่จะต้องกระทำ

2.3 การบังคับ (Force) คือ ตัวช่วยกระตุ้นให้ผู้กระทำตัดสินใจกระทำได้เร็วขึ้นเพราะขณะที่ผู้กระทำตั้งใจจะกระทำสิ่งต่าง ๆ นั้น เขาอาจจะยังไม่แน่ใจว่าจะกระทำพฤติกรรมนั้นดีหรือไม่ แต่เมื่อมีการบังคับก็จะให้ตัดสินใจกระทำพฤติกรรมนั้นได้เร็วขึ้น

3. ปัจจัยความสามารถ

3.1 โอกาส (Opportunity) เป็นความคิดของผู้กระทำที่เชื่อว่าสถานการณ์ที่เกิดขึ้นช่วยให้มีโอกาสเลือกกระทำ

3.2 ความสามารถ (Ability) คือ การที่ผู้กระทำรู้ถึงความสามารถของตัวเองซึ่งก่อให้เกิดผลสำเร็จในเรื่องนั้นได้ การตระหนักถึงความสามารถนี้จะนำไปสู่การตัดสินใจ และการกระทำทางสังคม โดยทั่วไปแล้วการที่บุคคลกระทำพฤติกรรมใด ๆ บุคคลจะพิจารณาความสามารถของตนเองเสียก่อน

3.3 การสนับสนุน (Support) คือสิ่งที่ผู้กระทำรู้ว่าจะได้รับหรือคิดว่าจะได้รับจากการกระทำนั้นๆ จากองค์ประกอบทั้ง 10 ประการ รีเดอร์ (Reader) ได้อธิบายถึงแนวความคิดเกี่ยวกับปัจจัยหรือสาเหตุที่มีผลต่อการกระทำทางสังคม ดังนี้

1. ในสถานการณ์ของการกระทำทางสังคมจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของบุคคลหลายคน ซึ่งแต่ละคนก็จะมีเหตุผลแต่ละอย่างในการตัดสินใจในการกระทำ

2. บุคคลหรือองค์การจะตัดสินใจ หรือแสดงการกระทำบนพื้นฐานของกลุ่มเหตุผล ซึ่งผู้ตัดสินใจเองได้คิดว่ามันสอดคล้องหรือตรงกับปัญหาและสถานการณ์นั้น

3. เหตุผลบางประการจะสนับสนุนการตัดสินใจ และเหตุผลบางประการอาจจะต่อต้านการตัดสินใจ

4. เหตุผลนั้น ผู้ตัดสินใจเองตระหนัก หรือให้น้ำหนักที่แตกต่างกันในการเลือกเหตุผลหรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ

5. เหตุผลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจนั้น อาจจะเป็นเหตุผลเฉพาะ จากเหตุผลเพียงหนึ่งประการหรือมากกว่าจำนวนเหตุผล หรือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกระทำนั้น 10 ประการ ที่กล่าวมาแล้ว

6. อาจจะมีเหตุผลสองหรือสามประการจากเหตุผลทั้ง 10 ประการ หรือ อาจจะไม่มีเลยที่จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในทุกโอกาส

7. กลุ่มของปัจจัยหรือเหตุผลที่มีอิทธิพล ต่อการกระทำทางสังคมนั้นย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงได้

8. ผู้กระทำผู้ตัดสินใจสามารถจะเลือกทางเลือกโดยเฉพาะ ซึ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละคน

9. สำหรับกรณีเฉพาะบางอย่างภายใต้การกระทำทางสังคม จะมีบ่อยครั้งที่จะมีทางออกสองหรือสามทาง เพื่อที่สนองตอบต่อสถานการณ์นั้น

10. เหตุผลที่จะตัดสินใจสามารถที่จะเห็นได้จากทางเลือกที่ถูกเลือก

การตัดสินใจเลือกกระทำพฤติกรรมเกิดขึ้นจากปัจจัยทั้ง 3 ประเภท คือ ปัจจัยตั้ง ปัจจัยผลัก ปัจจัยความสามารถ โดยเหตุผลในการตัดสินใจจะแตกต่างกันออกไปแต่ละคนขึ้นอยู่กับน้ำหนักในการเลือกเหตุผลและความสอดคล้องกับปัญหาหรือสถานการณ์ขณะนั้น ซึ่งเหตุผลที่เลือกอาจเป็นเหตุผลที่สนับสนุนการตัดสินใจหรือต่อต้านการตัดสินใจก็ได้

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของคอตเลอร์

ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของคอตเลอร์ (อดุลย์ จาตุรงกุล. 2550: 13-26 อ้างอิงจาก Kotler. 2003) ประกอบด้วยกระบวนการตัดสินใจ 5 ขั้นตอน คือ

1. การรับรู้ปัญหาหรือความจำเป็น (Problem or Need Recognition) ไม่พอใจ หมายถึง การที่บุคคลรับรู้ความต้องการของตนเองซึ่งเกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสิ่งกระตุ้น ความต้องการเมื่อเกิดถึงระดับหนึ่งจะเป็นสิ่งกระตุ้นบุคคลเรียนรู้ถึงวิธีที่จะจัดการกับสิ่งกระตุ้นจากประสบการณ์ในอดีต ทำให้เขาจะตอบสนองอย่างไร

2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) เมื่อความต้องการถูกกระตุ้นมากพอและสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการอยู่ใกล้ผู้บริโภคจะดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการทันที แต่ถ้าความต้องการไม่สามารถตอบสนองความต้องการจะถูกจดจำไว้เมื่อความต้องการที่ถูกกระตุ้นได้สะสมไว้มากพอ

3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เมื่อผู้บริโภคได้ข้อมูลจากขั้นที่ 2 ต่อไปผู้บริโภคจะเกิดการเข้าใจและประเมินทางเลือกต่างๆ

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) จากการประเมินผลทางเลือกในขั้นตอนที่ 3 ผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่เขาชอบมากที่สุด ปัจจัยต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการประเมินผลและการตัดสินใจซื้อ

5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Postpurchase Feeling) เป็นความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจ ภายหลังการซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้แล้ว

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันทางการเงิน

ความหมาย

องค์กรทางการเงินที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวก ในเรื่องการค้าเคลื่อนไหวหรือการค้าเคลื่อนย้ายเงิน โดยมีหน้าที่รับฝากเงินและให้กู้ยืมเงิน ซึ่งเป็นการรวบรวมเงินออม ไปยังผู้ต้องการลงทุน สถาบันการเงิน มี 2 ประเภท ได้แก่

1. สถาบันการเงินที่ประกอบกิจการธนาคาร
2. สถาบันการเงินที่ไม่ได้ประกอบกิจการธนาคาร

สถาบันการเงินที่ประกอบกิจการธนาคาร หมายถึง สถาบันการเงินที่ดำเนินงานด้านรับฝากเงิน ที่ถอนคืนได้โดยใช้เงินสด เช็ค ดราฟต์ หรือหนังสือสั่ง ธนาคารแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. ธนาคารกลาง
2. ธนาคารพาณิชย์
3. ธนาคารเฉพาะกิจ

ธนาคารกลาง ทำหน้าที่ควบคุมปริมาณเงินและสินเชื่อในตลาด โดยกำหนดอัตราเงินสำรอง อัตราส่วนลดและการซื้อขายหลักทรัพย์ของรัฐบาล และการกำหนดสถาบันการเงิน ธนาคารกลางของประเทศไทยคือ ธนาคารแห่งประเทศไทย (bank of thailand) มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่ 273 ถนนสามเสน บางขุนพรหม เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200 จัดตั้งขึ้นโดยพระราชบัญญัติธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2485 เปิดดำเนินการครั้งแรกเมื่อวันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2485

ธนาคารแห่งประเทศไทยมีหน้าที่ดังนี้

1. เป็นผู้จัดพิมพ์และออกใช้ธนบัตร
2. เป็นนายธนาคารของธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงิน
3. เป็นนายธนาคารและที่ปรึกษาด้านนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล
4. รักษาเสถียรภาพทางการเงิน
5. กำกับดูแลสถาบันการเงินให้มีความมั่นคงและได้มาตรฐาน
6. การบริหารเงินสำรองระหว่างประเทศ

ธนาคารพาณิชย์ หมายถึง ธนาคารและสาขาของธนาคารต่างประเทศที่ได้รับอนุญาตให้ทำหน้าที่รับฝากเงินและจ่ายเงินคืนเมื่อถูกทวงถาม และใช้ประโยชน์จากเงินนั้นรวมทั้งให้ความร่วมมือกับนโยบายทางมาตรการทางการเงินของรัฐบาล โดยมีหน้าที่สำคัญดังนี้

1. การรับฝากเงิน มี 3 ประเภท ได้แก่ เงินฝากกระแสรายวัน เงินฝากออมทรัพย์ และเงินฝากประจำ

2. การให้กู้ยืม ธนาคารพาณิชย์ จะแสวงหาผลประโยชน์จากเงินฝากของลูกค้า โดยการนำเงินยฝาก ของลูกค้าออกให้กู้ยืมและคิดดอกเบี้ยจากผู้กู้ยืม

3. การให้บริการอื่น ๆ เช่น การโอนเงิน การเรียกเก็บเงิน บริการจ่ายเงินเดือนผ่านธนาคาร การให้เช่าตู้নির্য্য การบริการเช็ค บริการเก็บค่าน้ำค่าไฟฟ้า ฯลฯ

ธนาคารเฉพาะกิจ หมายถึงธนาคารที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินกิจการอย่างใดอย่างหนึ่ง ได้แก่

1. ธนาคารออมสิน(The Government Saving Bank) : <http://www.gsb.or.th/>

2. ธนาคารอาคารสงเคราะห์(Government Housing Bank) : <http://www.ghb.co.th/>

3. ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives) : <http://www.baac.or.th/>

4. ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย (Export-Import Bank of Thailand) : <http://www.exim.go.th/>

5. ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย(Islamic Bank of Thailand) : <http://www.isbt.co.th/>

6. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand) : <http://www.exim.go.th/>

สถาบันทางการเงินการสนับสนุน SMEs ของธนาคารพาณิชย์

ธนาคารเพื่อการนำเข้าและส่งออก (EXIM BANK)

1. **เงินทุนหมุนเวียน** ทางธนาคารไม่ระบุว่าเป็นธุรกิจ SMEs หรือไม่ แต่จะพิจารณาให้สินเชื่อในธุรกิจนำเข้าและส่งออก วงเงินกู้ 10 ล้านบาท สำหรับธุรกิจที่มียอดขาย 500 ล้านบาท/ปี

- **สินเชื่อเพื่อเตรียมการส่งออกเป็นสกุลเงินบาท ดอลลาร์และเยน** เป็นเงินกู้ระยะสั้นสำหรับใช้หมุนเวียนในกิจการเพื่อใช้ในการจัดเตรียมสินค้าทั้งช่วงก่อนและหลังการส่งออกโดยมีระยะเวลาในการกู้ไม่เกิน 180 วัน และใช้ตัวสัญญาใช้เงิน (Promissory Note : P/N) ร่วมกับเอกสารทางการค้าประกอบการเบิกกู้เงิน ผู้ส่งออกสามารถกู้เป็นสกุลเงินบาท ดอลลาร์สหรัฐ หรือเยน (การกู้เป็นเงินเยนให้กู้เฉพาะกรณีที่ผู้ส่งออกได้รับ L/C หรือคำสั่งซื้อเป็นสกุลเงินเยนเท่านั้น) ในการกู้เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ ผู้ส่งออกสามารถนำเงินตราต่างประเทศที่ได้รับจากการขายสินค้า (สกุลเดียวกับที่กู้) ไปชำระหนี้เงินกู้ได้ทันทีโดยไม่ต้องแปลงเป็นสกุลเงินบาท ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้แก่ผู้ส่งออกได้

2. **EXIM 4 SMEs** เป็นบริการที่รับประกันความเสี่ยงจากการไม่ได้รับชำระค่าสินค้าจากผู้ซื้อต่างประเทศสำหรับผู้ส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกไม่เกิน 100 ล้านบาท ด้วยเบี้ยประกันถูก ขั้นตอนการอนุมัติที่รวดเร็ว พร้อมอัตราความคุ้มครองสูงถึง 90% โดยมีเงื่อนไข ดังนี้ สำหรับผู้ส่งออกที่มีมูลค่าการส่งออกไม่เกิน 100 ล้านบาทต่อปี คุ้มครองได้ทุกเทอมการชำระเงิน ทั้ง D/P, D/A และ O/A รับประกันสินค้าได้ทุกประเภท ยกเว้นสินค้าเน่าเสียง่าย ระยะเวลาการชำระเงินไม่เกินกว่า 90 วัน ครอบคลุมกว่า 150 ประเทศทั่วโลก ความคุ้มครองมีผลทันทีที่ชำระค่าเบี้ยประกัน

ธนาคารกรุงเทพ

1. สินเชื่อธุรกิจ

การให้สินเชื่อเพื่อเงินทุนหมุนเวียน การลงทุนในธุรกิจใหม่ ขยายธุรกิจหรือการซื้อสินทรัพย์ถาวรโดยใช้หลักทรัพย์จำนองค้ำประกันสินเชื่อที่ธนาคารกรุงเทพ เพื่อที่ท่านจะสามารถนำเงินไปลงทุนในธุรกิจใหม่ หรือซื้อทรัพย์สินถาวร เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของธุรกิจของท่าน ท่านสามารถผ่อนชำระสินเชื่อได้นานถึง 10 ปี วงเงินเบิกเกินบัญชี(O/D)

บัวหลวง เอสเอ็มอี นวัตกรรมโปรเจค ส่งเสริม นวัตกรรมในธุรกิจอย่างครบสูตร ทั้ง เงินทุน ทุนส่วน และวิชาการ ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ต้องการเสริมสร้างความสามารถทางการ แข่งขันด้วยนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ ธนาคารกรุงเทพพร้อมให้การสนับสนุนท่านอย่างครบวงจร ทั้ง ในด้านเงินทุนและด้านวิชาการ ทั้งในรูปเงินกู้และเงินทุนหมุนเวียนด้วยเงื่อนไขพิเศษ โดยท่าน สามารถขอกู้ในวงเงิน 1 ล้านบาทขึ้นไป พร้อมทั้งได้รับการยกเว้นค่าธรรมเนียมจัดการสินเชื่อ 0.25% ของวงเงินที่ได้รับอนุมัติ อีกทั้งท่านยังสามารถชำระคืนเงินกู้ก่อนกำหนดที่ระบุในสัญญาได้ โดยธนาคารไม่คิดค่าธรรมเนียม (3.00% ของยอดเงินกู้) สนับสนุนผู้ประกอบการที่ใช้สินเชื่อของ ธนาคารและมีนวัตกรรมในตัวสินค้าหรือบริการ กระบวนการผลิต กระบวนการทำงาน หรือมี รูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ ด้วยการพิจารณารวมลงทุนทางธุรกิจ ด้วยวงเงินสูงสุด 10 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 10% ของทุนจดทะเบียนชำระแล้วหลังการร่วมทุน

สินเชื่อบัวหลวงกรีน สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจทุกขนาดและทุกประเภทที่ต้องการ ลงทุนเพื่อการประหยัดและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน หรือการผลิตสินค้าที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม ไม่จำกัดวงเงินกู้ อัตราดอกเบี้ยต่ำ MLR ค่าธรรมเนียม 0.25%

สินเชื่อโครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุน สนับสนุนและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มี ศักยภาพในการเติบโตเช่นท่านได้ใช้สินทรัพย์อย่างคุ้มค่า และแปลงเป็นเงินทุนเพื่อใช้เป็นเงินทุน หมุนเวียน ขยายธุรกิจ ปรับปรุงกิจการ หรือ พัฒนาลิขสิทธิ์ให้แก่กิจการของท่าน ด้วยสินเชื่อ ตามโครงการแปลงสินทรัพย์เป็นทุนที่ตอบสนองเจตนารมณ์และนโยบายภาครัฐ ใช้สินทรัพย์เป็น หลักประกัน

สินเชื่อบัวหลวงประหยัดพลังงาน SMEs สนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมลงทุนเพื่อประหยัดพลังงานและลดต้นทุน หากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่กำลังอยู่ในภาวะกดดันเรื่องพลังงานที่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ธนาคารกรุงเทพ สามารถช่วยท่านได้ด้วยสินเชื่อบัวหลวงประหยัดพลังงาน ขอกู้ในวงเงินจำนวนตั้งแต่ 1 ล้านบาท ขึ้นไปโดยไม่จำกัดวงเงินกู้สูงสุด ระยะเวลาผ่อนชำระ 3-7 ปี (ธนาคารกรุงเทพ, 2555)

สินเชื่อในโครงการสนับสนุนของรัฐ

-โครงการสนับสนุนการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมเทคโนโลยี สนับสนุนโครงการของท่าน ด้วยสินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำและวงเงินกู้สูงสุดถึง 30 ล้านบาท แต่ไม่เกินร้อยละ 75 ของมูลค่าลงทุนทั้งโครงการเพื่อช่วยท่านสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อไป

- สินเชื่อโครงการรับซื้อตัวสัญญาใช้เงินตามระเบียบธนาคารแห่งประเทศไทย เพื่อเสริมสภาพคล่องให้กับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีทุกประเภท อัตราดอกเบี้ยต่ำเพียง MLR - 2.75% ต่อปี เพื่อใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในรูปตัวสัญญาใช้เงินโดยมีใบสรุปค่าใช้จ่ายแล้วไม่เกิน 4 เดือนมาประกอบการขายตัว โดยอายุสัญญาไม่เกิน 5 ปี

- สินเชื่อโครงการ นวัตกรรมดี...ไม่มีดอกเบี้ย เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมของผู้ประกอบการไทย สนับสนุนเงินทุนเพื่อการลงทุนและขยายผลในทางธุรกิจ หากมีนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ที่จะช่วยต่อยอดความเติบโตทางธุรกิจ แม้ว่าจะเป็นผู้ประกอบการใหม่ ด้วยเงินกู้ในวงเงินสูงสุด 100 ล้านบาท ปลอดดอกเบี้ยจำนวนไม่เกิน 5 ล้านบาท เป็นเวลา 3 ปี

ธนาคารสิกรไทย

1.Klean Credit **สินเชื่อเอสเอ็มอีไม่มีหลักประกัน** เป็นสินเชื่อไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือ KBANK SME Klean Credit สำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ยังไม่มีความพร้อมในการหาหลักทรัพย์มาค้ำประกันสินเชื่อ แต่ต้องการเงินทุนในการประกอบธุรกิจ ขยายกิจการ หรือเพื่อเสริมสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ มีวงเงินกู้ตั้งแต่ 5 แสนบาทถึง 4 ล้านบาท ผู้กู้สามารถเลือกระยะเวลาผ่อนชำระได้ 24, 30 หรือ 36 เดือน หรือเลือกเป็นวงเงินกู้เบิกเกินบัญชี (O/D) ส่วนหนึ่งไม่เกิน 10% ของวงเงินสินเชื่อ สำหรับอัตราดอกเบี้ยวงเงินกู้ (Loan) จะคิด MRR + 5% ถึง MRR + 9% หรือ 11.0-15.0% ขึ้นอยู่กับวงเงินกู้ ส่วนวงเงินกู้เบิกเกินบัญชี (O/D) จะคิดอัตราดอกเบี้ย MRR + 7% ถึง MRR + 11% หรือ 13.0-17.0% ตามวงเงินกู้เช่นกัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ใช้บริการสินเชื่อไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน ต้องเป็นนิติบุคคลจดทะเบียน ประกอบธุรกิจมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี

2. สินเชื่อระยะยาวเพื่อธุรกิจเอสเอ็มอีไทย (K-SME EXTEND) อนุมัติวงเงิน

สินเชื่อเพื่อธุรกิจ SME ภายใน 10 วัน วงเงิน 5 แสนถึง 10 ล้านบาท ผ่อนจ่ายได้นานสูงสุดถึง 10 ปี เพื่อเพิ่มสภาพคล่องและเตรียมพร้อมในการสร้างโอกาสเติบโตให้กิจการของคุณอย่างต่อเนื่องและมั่นคง เพื่อธุรกิจไร้ขีดจำกัดอัตราดอกเบี้ย (พิจารณาจากขนาดวงเงินรวมของสินเชื่อเพื่อการพาณิชย์ทั้งสามประเภทที่มีอยู่กับธนาคาร)

เงินกู้ : $MLR + 1.75\%$ ถึง $MLR + 3.25\%$

เงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี : $MOR + 2.25\%$ ถึง $MOR + 3.50\%$

ตัวสัญญาใช้เงิน : $MOR + 2.25\%$ ถึง $MOR + 3.50\%$

อัตราค่าธรรมเนียมและค่าปรับอื่นๆ เรียกเก็บตามระเบียบปฏิบัติธนาคาร

3. สินเชื่อเกินหลักทรัพย์ค้ำประกัน (KBANK SME K-Max) เพื่อสนับสนุนเอสเอ็มอีที่

เป็นลูกค้าธุรกิจขนาดย่อมในด้านเงินทุน แต่มีหลักประกันไม่เพียงพอ สามารถเลือกประเภทสินเชื่อให้สอดคล้องกับความต้องการได้ทั้งในรูปแบบ เงินกู้ ตัวสัญญาใช้เงิน (P/N) หรือเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชี (O/D) ในวงเงินกู้รวมตั้งแต่ 1 ล้านบาทถึงสูงสุด 12 ล้านบาท วงเงินสูงสุดถึง 120% ของหลักประกัน สำหรับอัตราดอกเบี้ยจะพิจารณาจากประเภทเงินกู้ วงเงินที่กู้ และช่วงเวลาผ่อนชำระ โดยประเภทเงินกู้คิดอัตราดอกเบี้ย $MLR + 1.5\%$ ถึง $MLR + 3.75\%$ ประเภทตัวสัญญาใช้เงินคิดอัตราดอกเบี้ย $MOR + 2.25\%$ ถึง $MOR + 3.5\%$ ประเภทเงินกู้เบิกเงินเกินบัญชีคิดอัตราดอกเบี้ย $MOR + 2.50\%$ ถึง $MOR + 3.75\%$ มีระยะเวลาผ่อนชำระเงินกู้สูงสุด 60 เดือน โดยมีระยะเวลาปลอดหนี้ (Grace Period) สูงสุด 12 เดือน (ปัจจุบัน MLR ของธนาคารเท่ากับ 5.75% และ MOR เท่ากับ 6.0%)

4. บริการสนับสนุนธุรกิจเริ่มต้นธุรกิจไทย (K-SME Start-up Solutions) สนับสนุน

ลูกค้าผู้ประกอบการ SME ที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ (ประสบการณ์ธุรกิจไม่ถึง 3 ปี) อย่างครบวงจร ทั้งทางที่เป็นที่ปรึกษาทางการเงิน เพิ่มพูนประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจด้วยองค์ความรู้ ด้วยทีมงานที่มีความรู้ความชำนาญและสถาบันพันธมิตรธุรกิจต่างๆ ผ่านโครงการ K-SME Care และ K-SME Knowledge Center รวมถึงการสนับสนุนทางด้านการทำธุรกรรมทางการเงิน และแหล่งเงินทุนเพื่อต่อยอดธุรกิจ เพื่อธุรกิจไร้ขีดจำกัด

แพ็คเกจที่ 1 สินเชื่อเพื่อธุรกิจคล่องตัว วงเงินสินเชื่อ 1 ล้านบาท – 3 ล้านบาท ใช้บุคคลค้ำประกัน ระยะเวลา 24 เดือน อัตราดอกเบี้ย MRR+9% มียอดขาย 5 ล้านบาท/ปีขึ้นไป

แพ็คเกจที่ 2 สินเชื่อเติมสภาพคล่องให้ธุรกิจ วงเงิน 1 ล้านบาท – 1 ล้านบาท ใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน ระยะเวลา 60 เดือน อัตราดอกเบี้ย MRR+2% มียอดขาย 5 ล้านบาท/ปีขึ้นไป

5. เพิ่มพูนความรู้ในการทำธุรกิจ ผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่อยู่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจ และมีบัญชีเงินฝากกับธนาคารกสิกรไทย หรือลูกค้าใหม่ที่ให้บริการสนับสนุนธุรกิจเริ่มต้นกสิกรไทย (K-SME Start-up Solutions) จะได้รับมีสิทธิพิเศษจาก K SME Care เกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารใหม่ ๆ ที่ทันต่อเหตุการณ์การมีที่ปรึกษาทางธุรกิจเข้าร่วมการจัดอบรมสัมมนาเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ที่เริ่มดำเนินกิจการของตนเอง

6. การจัดตั้งบริษัทหลักทรัพย์จัดการเงินร่วมลงทุน (Venture Capital) ในเบื้องต้นธนาคารกสิกรไทยใช้เงินลงทุนขั้นต่ำจำนวน 200 ล้านบาท ลงทุนในนิติบุคคลร่วมลงทุน (บริษัทร่วมทุนเค-เอสเอ็มอี จำกัด) เพื่อลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม (SME) ที่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรซึ่งไม่รวมที่ดินไม่เกิน 200 ล้านบาท และมีการจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน ร่วมลงทุนในธุรกิจโดยเข้าไปถือหุ้นใน SME คิดเป็นสัดส่วนขั้นต่ำ 10% แต่ไม่เกิน 50 % ของทุนจดทะเบียนหลังร่วมลงทุนแล้ว มีประสบการณ์ในธุรกิจนั้น ๆ มาแล้วไม่ต่ำกว่า 5 ปี มีศักยภาพในการเติบโตและทำกำไรสูง (ธนาคารกสิกรไทย ,2554)

ธนาคารไทยพาณิชย์

1. **สินเชื่อสำหรับทุนหมุนเวียน** บริการออก L/C หนังสือค้ำประกัน การรับรองอาวัลตัว
2. **สินเชื่อเพื่อการค้าต่างประเทศ** บริการสินเชื่อเพื่อการนำเข้าT/R บริการสินเชื่อเพื่อการส่งออก P/C

3. **โครงการสินเชื่อพิเศษ (สินเชื่อเจ้าส่วนน้อย)**ตอบสนองความต้องการในรูปแบบต่าง ๆ เงินทุนเพื่อขยายกิจการ(W/C):O/D,P/N,CBD,L/G เงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจหรือสินเชื่อเคหะสำหรับเจ้าของธุรกิจ ด้วยบริการเงินกู้ระยะยาววงเงิน 3 – 10 ล้านบาท อนุมัติภายใน 7 วัน

4. บริการออกหนังสือรับรองเครดิต เพื่อเป็นข้อมูลทางการเงินแสดงต่อหน่วยงานหรือบุคคลภายนอกตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ (ธนาคารไทยพาณิชย์ ,2555)

ธนาคารทหารไทย

สินเชื่อระยะสั้น และสินเชื่อระยะยาว: สินเชื่อธุรกิจ TMB SME

“TMB พร้อมสนับสนุนทุกความต้องการของผู้ประกอบการเอสเอ็มอี ไม่ว่าจะเป็น การขยายกิจการ เพิ่มสภาพคล่องให้กับกิจการ หรือรีไฟแนนซ์จากสถาบันการเงินอื่น ในรูปแบบสินเชื่อสำหรับธุรกิจ ทั่วพลาเยเซน และด้านการค้าระหว่างประเทศ ด้วยวงเงินสินเชื่อสูงสุดถึง 3 เท่า ของมูลค่าหลักประกัน” สินเชื่อระยะยาว: สินเชื่อ 3 เท่า คำนวณ TMB SME

“เราพร้อมสนับสนุนทุกความต้องการไม่ว่าจะเป็น เงินทุนหมุนเวียน ขยายกิจการ หรือรีไฟแนนซ์จากสถาบันการเงินอื่นให้หลักประกันไม่ใช่ข้อจำกัดของเอสเอ็มอีอีกต่อไป...ด้วยวงเงินสินเชื่อสูงสุดถึง 3 เท่า ของมูลค่าหลักประกัน และรับเงินไว้ใน 15 วัน สำหรับวงเงินไม่เกิน 20 ล้านบาท สำหรับเอสเอ็มอีที่มียอดขายต่ำกว่า 500 ล้านบาทต่อปี” (ธนาคารทหารไทย ,2555)

ธนาคารกรุงไทย

สินเชื่อ SME KTB

“โครงการสินเชื่อ SME-KTB เป็นโครงการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)ให้การสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการ SMEs ตามนโยบายหลักของรัฐบาล นอกจากความช่วยเหลือด้านการเงินเป็นพิเศษแล้ว ยังร่วมมือกับองค์กรเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งได้ปรับบทบาทภารกิจ และปรับกลยุทธ์ที่ชัดเจน ให้พร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs อย่างเต็มประสิทธิภาพทั้งในเชิงรุกและเชิงรับให้เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ และสภาพของธุรกิจไทย อันจะช่วยให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศมีการฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว”(ธนาคารกรุงไทย ,2555)

สินเชื่อระยะยาว SMEs Productivity

“สนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตโดยให้กู้ในรูปตัวสัญญาใช้เงิน (T/L Soft Loan) ในการลงทุน รวมทั้งกรณีผู้ประกอบการอยู่ระหว่างกระบวนการขอรับ สินเชื่อจากธนาคารไว้แล้ว ธนาคารจะพิจารณาให้เฉพาะส่วนของสินเชื่อ ที่ยังไม่ได้เบิกเงินกู้จากธนาคาร”

สินเชื่อ SMEs **ครัวไทยสู่ครัวโลก** “บริการสินเชื่อเพื่อสนับสนุนเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มจำนวนร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เปิดตลาดใหม่และขยายตลาดเดิม เพื่อให้ประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอาหารรายใหญ่ 1 ใน 5 ของโลกภายใน 3 ปี”

ประเทศต่างๆ มีระดับการพัฒนาทางเศรษฐกิจและแนวคิดในการส่งเสริม SMEs ตามลักษณะเฉพาะของแต่ละประเทศ เนื้อหาในบทนี้จะสรุปภาพรวมของสถานการณ์ SMEs ตลอดจนนโยบายและมาตรการในการส่งเสริม SMEs ของ 4 ประเทศที่ศึกษา ได้แก่ ไทย ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น และฝรั่งเศส เพื่อเป็นพื้นฐานในการเข้าใจสภาพแวดล้อมและปัญหาของ SMEs ในแต่ละประเทศ

ความสำคัญของ SMEs ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ

ในระบบเศรษฐกิจต่างๆ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีอยู่เป็นจำนวนมากและกระจายตัวอยู่ทั่วไปในประเทศ SMEs จึงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างน้อย 4 ด้านคือ

1. การสร้างงานใหม่และเพิ่มการแข่งขันในตลาด SMEs โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย ใช้เงินทุนไม่สูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนในวิสาหกิจขนาดใหญ่ ตลอดจนมีความคล่องตัวในการดำเนินการ จึงเป็นจุดกำเนิดของผู้ที่สนใจลงทุนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะยามเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ คนที่ว่างงานสามารถหันมาเริ่มต้นวิสาหกิจขนาดย่อมได้ง่าย นอกจากนี้ การที่มี SMEs เข้าสู่ตลาดยังช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันในตลาดมากขึ้น ลดการผูกขาด จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในสินค้าและบริการต่างๆ มากขึ้น

2. การเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ SMEs มีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดใหญ่ในหลายด้าน เช่น การรับช่วงการผลิต การช่วยในการจัดจำหน่ายสินค้าและส่งและค้าปลีกแก่ผู้บริโภค การเป็นผู้ผลิตปัจจัยการผลิตให้กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ หรือการทำหน้าที่ให้บริการเสริมให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด เป็นต้น

3. การรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ SMEs มักมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว และมีความหลากหลาย ดังนั้น ระบบเศรษฐกิจที่มี SMEs ที่แข็งแกร่งจำนวนมากอย่างเช่นได้วันนี้จึงสามารถปรับตัวในช่วงเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจเอเชียปี ค.ศ.1997 ได้ดีกว่าเกาหลีใต้ซึ่งมีวิสาหกิจขนาดใหญ่เป็นวิสาหกิจหลัก

4. การกระจายการพัฒนาไปทั่วประเทศ SMEs มักมีลักษณะการจัดตั้งกระจายไปตามชุมชนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของชุมชนต่างๆ (ธนาคารแห่งประเทศไทย ,2555)

2.7 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ชัยพัฒน์พนพัฒน์พิบูลย์และคณะ (2548) ทำการศึกษาเรื่อง “การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs” พบว่า ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้กู้กับผู้ให้กู้เป็นปัญหาที่ปรากฏชัดในประเทศไทย การจะเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้นมักพิจารณาจากระยะเวลาในการดำเนินกิจการสินทรัพย์ถาวร และยอดขายของธุรกิจ สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่หรือธุรกิจในภาคอุตสาหกรรม โครงสร้างเงินทุนจะพึ่งพิงเงินกู้ยืมมากกว่าเงินส่วนตัว ความไม่เท่าเทียมของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการขาดประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ความรู้ความเข้าใจในข้อมูลการเงินของ SMEs ความไม่เพียงพอของการจัดการ และการกำหนดสินเชื่อภายใต้ความเสี่ยง (Risk-based) ทั้งนี้การให้กู้ยืมเงินที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักพิจารณาจากหลักทรัพย์ค้ำประกัน อย่างไรก็ตามปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านการเงินยังคงมีอยู่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งบทบาทต่อไปของรพท. น่าจะให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสามารถในการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อสถาบันการเงิน คำนึงถึงขนาดบัญชี ประเภท และสถานะของธุรกิจเมื่อมีการจัดทำนโยบายสินเชื่อ ส่งเสริม/พัฒนาระบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ความเข้าใจข้อมูลการเงินรวมทั้งหาแนวทางสนับสนุนและพัฒนาหน่วยการเงินย่อยที่ไม่เป็นทางการที่มีอยู่ (Micro-finance unit)

ชื่นจิตร อังวรารวงศ์และนนิตยจันทร์จรัส (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัญหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย” โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs และเจ้าหน้าที่สถาบันการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs จะใช้แหล่งเงินทุนของตนเองร่วมกับเงินกู้จากสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาคือ ใช้เงินทุนของตนเองเงินทุนของตนเองร่วมกับเงินกู้จากญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 29.9 และร้อยละ 17.1 ตามลำดับ ในส่วนของวงเงินที่กู้ไปส่วนใหญ่ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการร้อยละ 18.3 รองลงมาคือใช้ซื้อสินค้าวัตถุดิบ และให้เครดิตลูกค้า ในส่วนปัญหาของแหล่งเงินทุนของ SMEs ทางด้านสถาบันการเงินพบว่า ความต้องการหลักทรัพย์ค้ำประกัน เงื่อนไขการให้สินเชื่อยุ่งยาก และระยะเวลาในการขอสินเชื่อนาน เป็นปัญหาที่พบในระดับมากส่วนปัญหาด้านไม่มียกยอในการสนับสนุน SMEs อัตราดอกเบี้ยสูง ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้สั้นไป และไม่มีการให้คำปรึกษาแนะนำด้านสินเชื่อ เป็นปัญหาระดับปานกลางทางด้านผู้ประกอบการ พบว่า ความต้องการหลักทรัพย์ในการ

คำประกัน ขาดความน่าเชื่อถือจากสถาบันการเงิน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และขาด
ประสบการณ์ในธุรกิจ เป็นปัญหาที่พบในระดับมาก ส่วนปัญหาด้านไม่มีแผนการดำเนินธุรกิจที่
ชัดเจน วัตถุประสงค์ในการนำเงินกู้ไปใช้ไม่ชัดเจน และขาดความเข้าใจในการขอสินเชื่อ เป็น
ปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลางทางด้านรัฐบาล พบว่า มาตรการในการกระตุ้นให้สถาบันการเงิน
ปล่อยสินเชื่อให้แก่ SMEs น้อยเกินไป ธนาคารรัฐไม่สนองตอบต่อนโยบายของรัฐในการให้สินเชื่อ
เป็นปัญหาที่อยู่ในระดับมาก ส่วนนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนไม่ชัดเจน ธนาคารรัฐไม่
สนองตอบต่อนโยบายของรัฐในการให้สินเชื่อ และรัฐบาลมีแหล่งเงินทุนเพื่อสนับสนุน SMEs น้อย
เป็นปัญหาที่อยู่ในระดับปานกลาง ในส่วนข้อเสนอแนะเพื่อแก้ปัญหาแหล่งเงินทุนของ SMEs ที่
สำคัญคือ (1) ต้องการให้ลดเงื่อนไข และขั้นตอนในการปล่อยสินเชื่อโดยเฉพาะในส่วนของ
หลักทรัพย์คำประกันและผู้คำประกัน รวมทั้งพิจารณาแผนธุรกิจและความเป็นไปได้ของธุรกิจ
มากกว่าหลักทรัพย์ (2) จัดแหล่งเงินทุนสนับสนุน SMEs โดยเน้นวงเงินกู้ระยะยาวระยะสั้นและ
ดอกเบี้ย (3) ผลักดันให้สถาบันการเงินปล่อยสินเชื่อให้มากขึ้น (4) เพิ่มที่ปรึกษาในการจัดทำแผน
ธุรกิจ (5) กำหนดนโยบายระหว่างรัฐและสถาบันการเงินและดำเนินตามนโยบายให้ชัดเจน รวมถึง
ต้องการความจริงใจและให้การช่วยเหลือตามนโยบายที่ได้ประกาศไว้ทั้งนี้ ควรจัดตั้งหน่วยงาน
รัฐบาลให้มากขึ้นเพื่อให้คำแนะนำและคำปรึกษา และ (6) ควรลดอัตราดอกเบี้ย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องลักษณะการประกอบการและ
ปัญหาอุปสรรคของ SMEs ไทยโดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs รวมถึงผู้บริหารภาครัฐ
และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ผลการศึกษาพบว่าแหล่งที่มาของทุนที่ใช้ประกอบการมีส่วน
ใหญ่มาจากเงินทุนส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ กู้ยืมจากญาติพี่น้องและสถาบัน
การเงินคิดเป็นร้อยละ 20.8 และร้อยละ 15.5ตามลำดับ สำหรับแหล่งเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่มา
จากแหล่งทุนส่วนตัวของกิจการและกำไรสะสมรวมกันถึงร้อยละ 60.0รองลงมาคือ ธนาคาร
พาณิชย์หรือบริษัทเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ส่วนสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีเพียงร้อยละ 1.2
ทั้งนี้ สาเหตุ ที่มีการใช้เงินทุนจากแหล่งสถาบันการเงินน้อยเมื่อเทียบกับเงินทุนส่วนตัวของกิจการ
เนื่องจากผู้ประกอบการบางส่วนไม่ต้องการกู้ยืมเงิน และบางส่วนเคยใช้เงินกู้แต่ประสบปัญหาและ
อุปสรรค กล่าวคือ ต้นทุนการกู้ยืมสูง สถาบันการเงินลดวงเงินสินเชื่อ ขั้นตอนหลักฐานเอกสารที่ใช้
ในการขอสินเชื่อยุ่งยาก และต้องใช้เวลาอันยาวนาน ด้านวัตถุประสงค์ของการใช้เงินสินเชื่อเพื่อการค้า

ส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน รองลงมาคือ เพื่อขยายกิจการ ขยายตลาด และปรับปรุงกิจการ สำหรับปัญหาด้านมาตรการสนับสนุนการเงินแก่ SMEs ที่พบ คือ(1) การประชาสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจนและไม่ทั่วถึง (2) ขั้นตอนการให้การสนับสนุนมีระเบียบข้อบังคับยุ่งยากและซับซ้อน

(3) มาตรการที่สนับสนุนยังไม่ชัดเจน บรรลุวัตถุประสงค์ได้น้อย(4) ให้การสนับสนุน SMEs ยังไม่เท่าเทียมกัน เน้นให้การช่วยเหลือในภาคการผลิต มากกว่าภาคการค้าและการบริการ จึงมีข้อเสนอ

แนวทางการปรับปรุงมาตรการสนับสนุนด้านเงินทุนแก่ SMEs ดังนี้ (1) ลดการให้ความสำคัญกับการใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันสินเชื่อ (2) เพิ่มวงเงินสินเชื่อ (3) ลดขั้นตอนในการติดต่อขอรับ

เงินสนับสนุน (4) ให้บริการที่รวดเร็ว และเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรที่ทำงาน (5) กำหนดมาตรการให้ชัดเจนมากขึ้น(6) ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

ธนาคารแห่งประเทศไทย (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาวะปัญหาสภาพคล่อง SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs ภาคอุตสาหกรรมภาคการค้า และภาคบริการ รวมทั้งภาครัฐและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ผลการศึกษาพบว่าแหล่งที่มาของเงินทุนของ SMEs มีทั้งภายในและภายนอกกิจการ ผู้ประกอบการหลายราย

มีแหล่งเงินทุนมากกว่าหนึ่งแห่ง โดยแหล่งเงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ ธนาคารพาณิชย์ และญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 44.3 และร้อยละ 24.9

ตามลำดับ สำหรับแหล่งเงินทุนหมุนเวียน ส่วนใหญ่มาจากธนาคารพาณิชย์ คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมาคือ บริษัทเงินทุนอุตสาหกรรม ในส่วนของปัญหาด้านการเงินที่ SMEs ประสบ คือ (1) รายได้ตกต่ำเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจ(2) สถาบันการเงินไม่ปล่อยสินเชื่อ (3) ขาดแหล่งเงินทุนหมุนเวียน (4) เก็บเงินจากลูกค้าได้ล่าช้า (5) ต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงขึ้น ทั้งนี้ SMEs มีการปรับตัวเพื่อแก้ปัญหาสภาพคล่องคือ (1) การขอยืดหรือเลื่อนกำหนดการชำระหนี้ (2) การใช้เงินสะสมของกิจการ (3) การกู้ยืมจากเครือข่าย (4) ปรับตัวด้านการผลิตและการตลาด เช่น การชะลอการลงทุน การลดขนาดของธุรกิจ การเรียกเก็บหนี้เร็วขึ้น รวมถึงการลดสต็อกสินค้าลดการจ้างงาน และลดการนำเข้าของสินค้าในการนี้ SMEs มีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ ดังนี้(1) ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนสภาพคล่อง (2) การให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี (3) ปรับปรุงโครงสร้างหนี้ (4) แสดงความ

จริงใจในการแก้ไขปัญหา เช่น การลดปัญหาการทุจริตในวงราชการ ส่งเสริมการจ้างงานในท้องถิ่น ขณะเดียวกันภาครัฐได้เสนอให้สถาบันการเงินพิจารณาการให้สินเชื่อให้เหมาะสม

กับความเป็นไปได้ของธุรกิจ

นภดล สถษติสุข (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แหล่งเงินทุนเพื่อส่งเสริมและพัฒนา อุตสาหกรรมขนาดย่อมในประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรม ขนาดย่อมในการขอกู้เงินจากแหล่งเงินทุน คือผู้ถูกเอาเปรียบในด้านอัตราดอกเบี้ย และถูกปฏิเสธ การให้กู้เนื่องจากไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันหรือมีแต่ไม่เพียงพอสถาบันการเงินส่วนใหญ่ให้เฉพาะ เงินกู้ระยะสั้นและไม่สนับสนุนอย่างเต็มที่ เนื่องจากเห็นว่ามีความเสี่ยงสูงและไม่คุ้มค่าใช้จ่ายจึง มีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ ดังนี้ (1) ยกฐานะของสำนักงานธนกิจฯ ขึ้นเป็นสถาบันการเงินของรัฐใน รูปแบบรัฐวิสาหกิจโดยมีเงินทุนให้กู้ยืมมากเพียงพอและเพิ่มวงเงินกู้รายละไม่เกิน 3 ล้านบาท และ ให้ขยายสาขาการบริการออกไปทั่วทุกภาคของประเทศ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยทั่วถึงกัน

(2) ใช้มาตรการช่วยเหลือผู้กู้โดยมีโครงการค้ำประกันสินเชื่อให้เข้าซื้อเครื่องจักร หรือ อสังหาริมทรัพย์อื่นๆ (3) ธนาคารแห่งประเทศไทยควรกระตุ้นให้สถาบันการเงินของเอกชน

สนับสนุนและช่วยเหลือด้านการเงินแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมให้มากขึ้น เช่น การรับช่วงซื้อลดตัว สัญญาใช้เงินจากธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุน ลดอัตราส่วนเงินสดสำรองตาม

กฎหมายและระเบียบธนาคารพาณิชย์บางส่วนลง เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์สามารถปล่อยเงินกู้ระยะ ยาวแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมได้

พัฒนา กันยานนท์ (2543) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงราย พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ทำให้เกิด NPL อย่างมีนัยสำคัญ มี 8 ตัว คือ (ก) โอกาสเป็น NPL น้อย คือ (1) อาชีพมั่นคง (2) ประสบการณ์ การทำงานมาก (3) ระดับรายได้สูง (4) ภาระหนี้ในสถาบันการเงินอื่นหลายสถาบัน (5) วัตถุประสงค์ ของการขอกู้ไปทำธุรกิจ (ข) โอกาสเป็น NPL มาก (6) ภาระหนี้คงเหลือมาก (7) วงเงินกู้้น้อย (8) จำนวนกิจการของลูกหนี้หลายแห่ง (ค) ไม่มีผลกระทบ คือ อายุและระยะเวลาในการกู้

วรสิทธิ์ โนตานนท์ (2543) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้เงินกู้ เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่ง ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้เงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยที่มีนัยสำคัญมี 5 ตัว โดย ธนาคารควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการให้สินเชื่อ ดังนี้ (1) ผู้กู้ควรมีอาชีพที่มีเงินเดือนหรือ รายได้ประจำแน่นอน อายุผู้กู้ควรสูงกว่า 31 ปี (2) ผู้กู้ควรเปิดเผยรายได้และรายจ่ายเป็นจริง

(3) วงเงินกู้ไม่เกิน 500,000 บาท (4) ควรกำหนดระยะเวลาผ่อนชำระหนี้คืนไม่เกิน 10 ปี (5) ธนาคารต้องตรวจสอบลูกหนี้ให้ใช้เงินตามวัตถุประสงค์

อนันต์ บุญมหาธนกร (2540) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นหนี้ค้างชำระ สินเชื่อกรุงไทยธนวัฏ” ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ (1) เป็นผู้กู้ที่มีหนี้ค้างชำระหนี้มาก คือ ตั้งแต่ 500,000 บาทขึ้นไป (2) เป็นผู้มีสถานภาพการสมรส หย่า และหม้าย (3) ผู้กู้มีอาชีพข้าราชการครูและข้าราชการอำเภอ (4) มีรายได้มากกว่า 8,000 บาทขึ้นไป (5) มีอายุงาน ตั้งแต่ 14 ปีขึ้นไป (6) เคยมีการโอนย้ายในรอบ 5 ปี ประมาณ 3 ครั้ง ทำให้ขาดการวางแผนทางการเงินที่ดี (7) มีผู้ค้ำประกันเป็นผู้มีรายได้อยู่ในระดับต่ำ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยนี้มุ่งศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” โดยมีรายละเอียดของวิธีการดำเนินการวิจัยต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 วิธีสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม
- 3.4 วิธีการดำเนินเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวนประชากรตัวอย่าง 500 คน ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการและผู้ใช้บริการ

ศึกษาเฉพาะประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชากรที่ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ ผู้ใช้บริการ พื้นที่ คือ กรุงเทพมหานคร โดยใช้เวลาในการศึกษาข้อมูลเป็นระยะเวลา 3 เดือน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยใช้ตารางการสุ่มของ Taro Yamane กำหนดความเชื่อมั่น 95%

การเก็บข้อมูลของการวิจัยและการประเมินผล ถ้าไม่สามารถเก็บข้อมูลจากประชากรได้ ให้ใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูป Taro Yamane ดังตารางด้านล่างนี้ (สมมติให้ขนาดของประชากร = 10,000)

ขนาดของประชากร	ค่าความเชื่อมั่นร้อยละ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
10,000	95.00	385

$$\text{จากสูตร } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดย n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง

N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ

$$\text{แทนค่า } n = \frac{10000}{1 + (10000 \times 0.05^2)}$$

$$n = 385$$

จำนวนตัวอย่างจากการสุ่มตัวอย่างของประชากรในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดช่วงความเชื่อมั่น 95 % และค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% โดยกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนค่าของ n ที่ได้จะเท่ากับ 385 แต่เพื่อให้ได้ความถูกต้องมากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงทำการเก็บตัวอย่างจากการทำแบบสอบถามทั้งหมดเป็นจำนวน 500 คน พื้นที่คือกรุงเทพมหานคร

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสาร ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลในการศึกษา” การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” มีจำนวน 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ โดยเป็นคำถามแบบให้
เลือกตอบเพียงคำตอบเดียว ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการปรับตัว (การเตรียม
ความพร้อม) ของ SME โดยเป็นคำถามมาตราจัดอันดับหรือการจัดอันดับคุณภาพ (Rating scale) มี
หลักเกณฑ์การให้คะแนนตามข้อคำถามตามวิธีของ Likert scale และใช้ระดับการวัดข้อมูล
ประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) กำหนดมาตรวัดเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ คะแนน
การประมาณค่าดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
คะแนน	3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
คะแนน	1	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เพื่อให้สอดคล้องกับระดับการประเมินผลในแบบสอบถามที่มีอยู่ 5 ระดับ ผู้วิจัยจึงใช้
คะแนนเฉลี่ยที่ได้จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ในการแปลความหมาย โดยจัดแบ่งระดับ
ความสำคัญเป็น 5 ระดับเช่นเดียวกัน โดยใช้วิธีการคำนวณ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544:29)

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นมีปัจจัยด้านการปรับตัวในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	หมายถึง	ความคิดเห็นมีปัจจัยด้านการปรับตัวในระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ความคิดเห็นมีปัจจัยด้านการปรับตัวในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ความคิดเห็นมีปัจจัยด้านการปรับตัวในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	แหล่งท่องเที่ยวมีปัจจัยด้านการปรับตัวในระดับน้อยมาก

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” โดยเป็นคำถามมาตรจัดอันดับหรือการจัดอันดับ คุณภาพมีหลักเกณฑ์การให้คะแนนตามข้อคำถามตามวิธีของ Likert Scale และใช้ระดับการวัด ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น กำหนดมาตรวัดเป็น 5 ระดับ การกำหนดค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบน้อยที่สุด

เพื่อให้สอดคล้องกับระดับการประเมินผลในแบบสอบถามที่มีอยู่ 5 ระดับ ผู้วิจัยจึงใช้ คะแนนเฉลี่ยที่ได้จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเป็นเกณฑ์ในการแปลความหมายโดยจัดแบ่งระดับ ความสำคัญเป็น 5 ระดับเช่นเดียวกัน โดยใช้วิธีการคำนวณ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544:29)

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}$$

$$\begin{aligned} & \text{จำนวนชั้น} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

4.21 - 5.00	หมายถึง	ศักยภาพ มีปัจจัยการจัดการในระดับดีมาก
3.41 – 4.20	หมายถึง	ศักยภาพ มีปัจจัยการจัดการในระดับมาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ศักยภาพมีปัจจัยการจัดการในระดับปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ศักยภาพมีปัจจัยการจัดการในระดับน้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ศักยภาพมีปัจจัยการจัดการในระดับน้อยมาก

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

3.3 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือโดยดำเนินการ ดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)”
2. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามและตัวอย่างแบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดในการวิจัย

4. นำแบบสอบถามเสนอต่อกรรมการที่ปรึกษาภาคินพนธ์เพื่อตรวจพิจารณาความถูกต้องและเหมาะสม

5. แก้ไขตามคำแนะนำของกรรมการที่ปรึกษาภาคินพนธ์

3.4 วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อได้สร้างเครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามที่ได้มาตรฐานแล้ว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ลงพื้นที่สำรวจข้อมูล
2. ติดต่อประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง
3. ขอนหนังสือไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
4. เดินทางเก็บข้อมูลทุกภูมิภาคแบบเจาะจงและแบบบังเอิญ กลุ่มตัวอย่าง คือ กรุงเทพมหานคร
5. ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามทุกฉบับ
6. นำข้อมูลไปใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

3.5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้เก็บข้อมูลจากภาคสนามแล้วผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามตามความต้องการแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

2. ผู้วิจัยดำเนินการจัดระเบียบข้อมูล โดยแบ่งข้อมูลออกตามตัวแปรและสร้างคู่มือในการลงรหัส (Code) เพื่ออ่านข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นค่าตัวแปรที่กำหนดชื่อตัวแปรต่าง ๆ
3. ตรวจสอบความถูกต้องของการลงรหัส
4. นำแบบสอบถามมาดำเนินการถ่ายรหัส บรรจุข้อมูลลงในคอมพิวเตอร์ เพื่อทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป
5. ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้ง
6. แก้ไขข้อมูลตามที่มีความผิดพลาดต่าง ๆ
7. ทำการ Run ข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้จากการ Print out มาตรวจสอบความถูกต้อง และทำการแปลผลในแต่ละตาราง

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม

1. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างดังนี้
 - 1.1 การหาค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย พื้นที่ ตำแหน่ง เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา
 - 1.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean: $\bar{x}$) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 – ตอนที่ 3
 - 1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) สำหรับข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 – ตอนที่ 3
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistic) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานดังนี้
 - 2.1 สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่ม 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านพื้นที่ ตำแหน่ง เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษา

2.2 สถิติวิเคราะห์ค่าเอฟ (F-test) แบบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way analysis of variance) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่มากกว่า 2 กลุ่ม เพื่อทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยประชากรศาสตร์ ตำแหน่ง เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา

2.3 สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัวแปรที่เป็นอิสระกัน เพื่อใช้ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2-3

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น หรือตัวแปรอิสระ (Independent variables) และตัวแปรตาม (Dependent variables) โดยการใช้การประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีการใช้สถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive analysis) โดยใช้ดังนี้

1.1 ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) และประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) ใช้สูตรการคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 38) ดังนี้

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละหรือ % (Percentage)

f แทน ความถี่หรือจำนวนที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 ค่าเฉลี่ย/มัธยฐานเลขคณิต (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ (Interval scale) และประเภทอัตราส่วน (Ratio scale) โดยใช้สูตรการคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 39) ดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมคะแนนทั้งหมด
 n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันดับ และประเภทอัตราส่วน ใช้สูตรการคำนวณ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544: 48) ดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum X^2 - (\sum X)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 $\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential analysis) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ในการวิจัย เพื่อสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรของการศึกษาคั้งนี้จะตั้งระดับความเชื่อมั่น 95% โดยสถิติที่นำมาใช้ทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

2.1 ค่า t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม กรณีทราบความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม แบบกลุ่มตัวอย่างทั้งสองเป็นอิสระแก่กัน (Independent sample) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544: 135)

ในกรณีความแปรปรวน 2 กลุ่ม ไม่เท่ากัน

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}$$

เมื่อ	t	แทน	ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม
	$\bar{X}_1 - \bar{X}_2$	แทน	ค่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	S_1^2, S_2^2	แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2
	n_1, n_2	แทน	ขนาดของกลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2

2.2 เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of variance) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2544: 135) โดยใช้สถิติ F-test

$$F = \frac{Ms_b}{Ms_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
	Ms_b	แทน	ค่าความแปรปรวน (Mean Square) ระหว่างกลุ่ม
	Ms_w	แทน	ค่าความแปรปรวน (Mean Square) ภายในกลุ่ม

และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแล้ว ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธีของ LSD (Fisher' Least – Significant Different) กัลยา วานิชย์บัญชา 2544: : 161)

$$LSD = \frac{t_{\alpha}}{2} \sqrt{MSE \sqrt{\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j}}}$$

เมื่อ n_i, n_j แทน ขนาดทดลองที่ i และ j

$\frac{t_{\alpha}}{2}$ แทน ค่าของตัวแปรสุ่ม T

ที่มีแห่งความอิสระ $V = \sum_{i=1}^k n_i - k$

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ มีสัญลักษณ์ดังนี้

N แทน จำนวนผู้เข้ารับการศึกษา

$\bar{X}$ แทน คะแนนเฉลี่ย (Mean)

S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

F แทน ค่าสถิติของการทดสอบแบบ F (F-distribution)

t แทน ค่าสถิติของการทดสอบแบบ t (Independent)

* แทน ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของผู้กรอกแบบสอบถาม

ตาราง 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ตำแหน่ง

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ผู้ประกอบการ	360	72.0
ผู้ใช้บริการ	140	28.0
รวม	500	100.0

จากตาราง 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นผู้ประกอบการจำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 และผู้ใช้บริการ จำนวน 140.0 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0

ตาราง 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม เพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	385	77.0
หญิง	115	23.0
รวม	500	100.0

จากตาราง 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 และเพศหญิง จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0

ตาราง 4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20-25 ปี	50	10.0
26-30 ปี	55	11.0
31-35 ปี	125	25.0
36-40 ปี	60	12.0
41-45 ปี	65	13.0
มากกว่า 45 ปี	145	29.0
รวม	500	100.0

จากตาราง 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุ มากกว่า 45 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 รองลงมาคือ อายุ 31-35 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 อายุ 41-45 ปี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 อายุ 36-40 ปี จำนวน 60 คน อายุ 26-30 ปี จำนวน 55 คนคิดเป็นร้อยละ 11.0 และ 20-25 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

ตาราง 4.4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม สถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน(คน)	ร้อยละ
โสด	70	14.0
สมรส	350	70.0
หย่า/หม้าย	80	16.0
รวม	500	100.0

จากตาราง 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส จำนวน 350 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ หย่า/หม้าย จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 และโสด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตาราง 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	125	25.0
ปริญญาตรี	348	69.6
ปริญญาโท	22	4.4
สูงกว่าปริญญาโท	5	1.0
รวม	500	100.0

จากตาราง 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ปริญญาโท จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และสูงกว่าปริญญาโท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ตาราง 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการปรับตัวของ SMEs ไทย

ระดับความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านเงินลงทุน			
6. การส่งเสริมให้ลงทุนในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น	3.62	1.31	มาก
7. ส่งเสริมให้ SMEs ไทย มีการพัฒนาประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต ทั้งจากการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะความรู้ที่สูงขึ้น	3.74	1.30	มาก
8. สนับสนุนเงินทุน SMEs เพื่อการลงทุนในการพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต	3.66	1.23	มาก
9. ส่งเสริมการตลาด บูรณการและสร้างเครือข่าย (Cluster) ในด้านการตลาด รวมทั้งเข้าถึงและจัดหาข้อมูลการตลาดกลุ่มประเทศอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ	3.14	1.31	ปานกลาง
รวม	3.59	.40	มาก

ด้านบุคลากร			
11. บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการศึกษาคือต่อในระดับสูงขึ้น	3.02	1.27	ปานกลาง
12. เพิ่มบุคลากรและความรวดเร็วในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ	3.68	1.30	มาก

13.บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้	3.65	1.33	มาก
14. พัฒนาหลักสูตรด้านภาษาต่างประเทศ (เช่น อังกฤษ จีน พม่า)ให้สอดคล้องกับความต้องการ	3.44	1.29	มาก
15.บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้ศึกษาดูงานเพื่อพัฒนางานในหน้าที่	3.11	1.47	ปานกลาง
รวม	3.38	.57	ปานกลาง
ระดับความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ

16.มีวางแผนที่รองรับตามแผนยุทธศาสตร์ทางประชาคมอาเซียนเป็นอย่างดี	3.76	1.19	มาก
17.การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลในอาเซียนด้านหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง	3.48	1.30	มาก
18 .การทำความเข้าใจและดำเนินการประสานงานระหว่างภาครัฐกันเองให้มากขึ้น และใช้ กฎที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน	3.81	1.21	มาก
19. พัฒนาวางแผนนโยบายด้านการตลาด ในลักษณะเชิงรุกเพื่อเปิดตลาดในประเทศอาเซียน	3.89	1.25	มาก
20.ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้านการอำนวยความสะดวกพิธีศุลกากร ระบบสาธารณูปโภค มาตรการการค้า และกฎระเบียบที่จำเป็นเพื่อรองรับการเปิดประเทศเข้าสู่ AEC	3.69	1.29	มาก

21.รัฐบาลควรมีนโยบายในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและมีมาตรฐานในการรองรับอย่างชัดเจน	3.77	1.27	มาก
รวม	3.73	.66	มาก
ด้านเทคโนโลยี			
22.การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมากขึ้น ทั้งกระบวนการภายในองค์กรและระหว่างภายในห่วงโซ่มูลค่า (Value chain)	3.75	1.27	มาก
23. การเชื่อมต่อระบบขนส่งระหว่างประชาคมอาเซียน (เช่น ให้ไทยเป็น Logistic Hub)	3.98	1.02	มาก
24.มีการปรับระบบเทคโนโลยีในการเพิ่ม/ปรับปรุงทางหลวงอาเซียน	4.21	1.13	มากที่สุด
25.ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพสินค้าและบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดกลุ่มประเทศอาเซียน 10 ทั้งในด้านคุณภาพ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า (Customer preference)	3.81	1.24	มาก
26.การนำระบบทันสมัยของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างและพัฒนาตราสินค้า (Thailand Brand)	3.64	1.27	มาก
รวม	3.88	.57	มาก
ระดับความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ			
27.มีการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารให้มากขึ้น	3.87	1.17	มาก

28.มีการพัฒนา ทักษะการเรียนรู้ศักยภาพในภูมิภาค ในอาเซียนเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและสื่อสารได้ อย่างเข้าใจ	3.75	1.21	มาก
29. มีการจัดโครงการแลกเปลี่ยนพนักงานเพื่อหา ประสบการณ์และถ่ายทอดความเข้าใจให้เกิดความ เข้าใจมากยิ่งขึ้น	3.72	1.43	มาก
30.มีการประเมินผลของการใช้ภาษาที่ถูกต้องของ องค์กรและมีสร้างกิจกรรมร่วมในการใช้ภาษาในการ สื่อสาร	3.65	1.36	มาก
5. ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างศูนย์กำจัดมูลฝอย ภายใต้การรวมกลุ่ม และเพิ่มประสิทธิภาพระบบกำจัด ขยะแบบถูกสุขลักษณะ	3.96	1.25	มาก
6. ส่งเสริมให้ประชาชน องค์กรเครือข่าย อนุรักษ์ฟื้นฟู สืบทอด วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.05	1.28	มาก
รวม	3.83	.47	มาก

จากตาราง 4.6 ระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการปรับตัวของ SMEs ไทย :
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อยู่ในระดับมาก

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ตาราง 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับของความคิดเห็นเกี่ยวกับ ศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ระดับความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate)			
31มีการให้ทราบถึงข้อมูลโดยความสมบูรณ์ในที่นี้จะหมายถึง ความสมบูรณ์ของรายละเอียดต่างๆทั้งหมดในธุรกิจ Sme	3.28	1.23	ปานกลาง
32สื่อแผนการเงินวิธีการดำเนินการต่างๆของธุรกิจในแผนการตลาด แผนบริหารจัดการ แผนการผลิตหรือแผนบริการ ซึ่งสิ่งต่างๆที่กำหนดขึ้นนี้จะป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของกิจการ	3.11	1.13	ปานกลาง
รวม	3.23	.49	ปานกลาง
ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)			
33. การให้ความร่วมมือ การจัดการ การอำนวยความสะดวก การให้กำลังใจคนสนับสนุน เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและการตกลงกันระหว่างผู้ให้และผู้รับ	3.66	1.07	มาก
34.การลงทุนด้วยเงินสดหรือทรัพย์สินของอย่างอื่น ไปเพื่อกิจกรรมหนึ่ง โดยหวังผลทางการค้า ทั้งนี้การเป็นผู้สนับสนุนจะมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับกับกิจกรรมนั้นๆ ด้วย	3.57	1.33	มาก
รวม	3.69	.72	มาก
ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)			
35.ทำให้เกิดความแตกต่างในของผู้ประกอบการ	3.32	1.42	มาก

SMEs ในการสร้างความได้เปรียบ เช่น มีโครงการที่ใหม่และสามารถสร้างผลกำไรได้ดี			
36.มียอดขาย เป้าหมายที่เกิดขึ้นได้จริง	3.50	1.38	มาก
รวม	3.48	.59	มาก
ด้าน Correct (ความถูกต้อง)			
37.ความถูกต้องของข้อมูลที่บรรจุอยู่ในแผน ตรงตามมาตรฐานสากล	3.90	1.15	มาก
38.มีความถูกต้องของผู้ประกอบธุรกิจยิ่งขึ้น	4.35	.82	มากที่สุด
รวม	3.94	.59	มาก
ด้าน Clear (ความชัดเจน)			
39.ผู้ประกอบการสามารถถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรได้	3.50	1.29	มาก
40ความเป็นจริงแล้วธุรกิจนั้นอาจเป็นธุรกิจที่ดีมีอนาคต หรือผู้ประกอบการ มีความสามารถในการบริหารจัดการ ให้ธุรกิจ ประสบความสำเร็จได้ถ้าได้มีโอกาสดำเนินธุรกิจก็ตาม	3.32	1.49	ปานกลาง
รวม	3.34	1.58	ปานกลาง
Convince (ความน่าเชื่อถือ)			
41.มีการเสนอต่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน เนื่องจากการตัดสินใจในการให้การสนับสนุนนั้น			
42.มีศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบในการบริหารธุรกิจและสร้างความมั่นใจในสถานทางผลประกอบการ	3.58	1.40	มาก
รวม	3.23	.62	ปานกลาง
ด้านความสมบูรณ์ (Complete)			
43.ความสามารถ ในการบริหารจัดการ ให้ธุรกิจ	2.68	1.45	ปานกลาง

ประสบความสำเร็จได้ถ้าได้มีโอกาสดำเนินธุรกิจ			
44.ความเป็นเหตุเป็นผล มีความสอดคล้องในแผนงาน ต่างๆ ซึ่งแสดงถึงควมมีประสิทธิภาพ	3.14	1.31	ปานกลาง
45.ผลลัพธ์ทางการเงินถือเป็นตัววัดผลประกอบการของธุรกิจ ในการสร้างรายได้ให้กับ กิจการมียอดกำไรตามเป้าหมาย	3.80	1.23	มาก
รวม	3.02	1.27	ปานกลาง

จากตาราง 4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate) มีค่าเฉลี่ย 3.69 ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) มีค่าเฉลี่ย 3.48 ด้าน Correct (ความถูกต้อง) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 อยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ Clear (ความชัดเจน) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 ด้านConvince (ความน่าเชื่อถือ) มีค่าเฉลี่ย 3.23 และ ด้านComplete (ความสมบูรณ์) ค่าเฉลี่ย 3.02

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ตำแหน่ง สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ตำแหน่งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ตำแหน่งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ F จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน One way ANOVA ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กับตำแหน่ง

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate)	Between Groups	23.271	5	4.654	24.140*	.000
	Within Groups	95.244	494	.193		
	Total	118.515	499			
ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)	Between Groups	79.289	5	15.858	42.887*	.000
	Within Groups	182.661	494	.370		
	Total	261.950	499			
ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)	Between Groups	17.999	5	3.600	11.381*	.000
	Within Groups	156.252	494	.316		
	Total	174.251	499			
ด้าน Correct (ความถูกต้อง)	Between Groups	28.247	5	5.649	19.509*	.000
	Within Groups	143.056	494	.290		
	Total	171.303	499			
ด้าน Clear (ความชัดเจน)	Between Groups	79.289	5	15.858	42.887*	.000
	Within Groups	182.661	494	.370		
	Total	261.950	499			
ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)	Between Groups	17.999	5	3.600	11.381*	.000
	Within Groups	156.252	494	.316		
	Total	174.251	499			

ด้าน Complete (ความสมบูรณ์)	Between Groups	15.377	5	3.075	8.486*	.000
	Within Groups	179.034	494	.362		
	Total	194.410	499			
ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	Between Groups	10.065	5	2.013	27.859*	.000
	Within Groups	35.695	494	.072		
	Total	45.760	499			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4.8 แสดงว่า ประชาชนที่มีตำแหน่งแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบของการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ตำแหน่ง สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : เพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : เพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ T-test ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กับเพศ

	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate)	ชาย	3.21	.50	-1.362	.174
	หญิง	3.28	.46		
ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)	ชาย	3.87	.62	10.141*	.000
	หญิง	3.10	.74		
ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)	ชาย	3.49	.61	1.148	.252
	หญิง	3.43	.52		
ด้าน Correct (ความถูกต้อง)	ชาย	4.06	.50	7.747*	.000
	หญิง	3.54	.66		
ด้าน Clear (ความชัดเจน)	ชาย	3.31	.64	1.431	.153
	หญิง	3.21	.58		
Convince (ความน่าเชื่อถือ)	ชาย	3.49	.61	1.148	.252
	หญิง	3.43	.52		
Complete (ความสมบูรณ์)	ชาย	4.06	.50	7.747*	.000
	หญิง	3.54	.66		
	เพศ	$\bar{X}$	S.D.	t	sig
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	ชาย	3.58	.25	6.886*	.000
	หญิง	3.33	.37		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4.9 แสดงว่า เพศที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบของการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเพศชาย มีความคิดเห็นสูงกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : อายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : อายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ F จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน One way ANOVA ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัว
ของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กับอายุ

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจ ได้ (Communicate)	Between Groups	15.415	5	3.083	14.772*	.000
	Within Groups	103.101	494	.209		
	Total	118.515	499			
ความเป็นไปได้ในเชิง พาณิชย์ (Commercial)	Between Groups	113.115	5	22.623	75.088*	.000
	Within Groups	148.835	494	.301		
	Total	261.950	499			
ความสามารถในการ แข่งขัน (Competitive)	Between Groups	19.768	5	3.954	12.643*	.000
	Within Groups	154.483	494	.313		
	Total	174.251	499			
ด้าน Correct (ความ ถูกต้อง)	Between Groups	69.743	5	13.949	67.848*	.000
	Within Groups	101.560	494	.206		
	Total	171.303	499			
ด้าน Clear (ความชัดเจน)	Between Groups	18.924	5	3.785	10.654*	.000
	Within Groups	175.486	494	.355		
	Total	194.410	499			
Convince (ความ น่าเชื่อถือ)	Between Groups	15.415	5	3.083	14.772*	.000
	Within Groups	103.101	494	.209		
	Total	118.515	499			

Complete (ความสมบูรณ์)	Between Groups	113.115	5	22.623	75.088*	.000
	Within Groups	148.835	494	.301		
	Total	261.950	499			
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทย	Between Groups	18.143	5	3.629	64.907*	.000
	Within Groups	27.617	494	.056		
	Total	45.760	499			
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4.10 แสดงว่า อายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพ การบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าอายุในรายชื่อใดมีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) แสดงดังตารางที่ 4.15

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย
 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จำแนกตามอายุ โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

อายุ		20-25 ปี	26-30 ปี	31-35 ปี	36-40 ปี	41-45 ปี	มากกว่า 45 ปี
	$\bar{X}$	3.49	3.66	3.71	3.53	3.08	3.52
20-25 ปี	3.49	-	.17* (.000)	.22* (.000)	.04 (.394)	.41* (.000)	.03 (.473)
26-30 ปี	3.66		-	.05 (.229)	.13 (.004)	.58* (.000)	.14* (.000)
31-35 ปี	3.71			-	.18* (.000)	.63* (.000)	.19* (.000)
36-40 ปี	3.53				-	.45* (.000)	.01 (.767)
41-45 ปี	3.08					-	.44 (.000)
มากกว่า 45 ปี	3.52						-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.11 เมื่อเปรียบเทียบระดับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย
 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จำแนกตามอายุ พบว่าประชาชนที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็น
 ต่อระดับศักยภาพการสร้างความได้เปรียบของการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแตกต่างกัน
 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดย

ประชาชนที่อายุ 26-30 ปี และ 31-35 ปี มีความคิดเห็นต่อศักยภาพการปรับตัวของ
 SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สูงกว่าประชาชนที่อายุ 20-25 ปี

ประชาชนที่อายุ 20-25 ปี 26-30 ปี 31-35 ปี และ 36-40 ปี มีความคิดเห็นต่อศักยภาพ
 การปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สูงกว่าประชาชนที่มีอายุ 41-45 ปี

ประชาชนที่อายุ 26-30 ปี และ 31-35 ปี มีความคิดเห็นต่อการปรับตัวของ SMEs ไทย
 ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สูงกว่าประชาชนที่มีอายุมากกว่า 45 ปี

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ สถานภาพสมรส สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ไม่แตกต่างกัน

H_1 : สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ F จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน One way ANOVA ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับ กับสถานภาพสมรส

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate)	Between Groups	4.037	2	2.019	9.864*	.000
	Within Groups	114.478	497	.230		
	Total	118.515	499			
ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)	Between Groups	107.451	2	53.726	172.827*	.000
	Within Groups	154.499	497	.311		
	Total	261.950	499			
ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)	Between Groups	.908	2	.454	1.302	.273
	Within Groups	173.343	497	.349		
	Total	174.251	499			
ด้าน Correct (ความถูกต้อง)	Between Groups	65.308	2	32.654	153.110*	.000
	Within Groups	105.996	497	.213		
	Total	171.303	499			
ด้าน Clear (ความชัดเจน)	Between Groups	6.399	2	3.199	8.457*	.000
	Within Groups	188.012	497	.378		
	Total	194.410	499			
Convince (ความน่าเชื่อถือ)	Between Groups	107.451	2	53.726	172.827*	.000
	Within Groups	154.499	497	.311		
	Total	261.950	499			

Complete (ความสมบูรณ์)	Between Groups	.908	2	.454	1.302	.273
	Within Groups	173.343	497	.349		
	Total	174.251	499			
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของ SMEs ไทย ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	Between Groups	16.965	2	16.965	146.409*	.000
	Within Groups	28.795	497	28.795		
	Total	45.760	499	45.760		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4.12 แสดงว่า สถานภาพสมรสแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของ SMEs ไทย ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อให้ทราบว่าสถานภาพสมรสในรายคูใดมีความแตกต่างกันจึงทำการทดสอบต่อไปด้วยวิธี Least Significant Different (LSD) แสดงดังตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จำแนกตามสถานภาพสมรส โดยใช้วิธี Least Significant Different (LSD)

สถานภาพสมรส		โสด	สมรส	หย่า/หม้าย
	$\bar{X}$	3.07	3.61	3.55
โสด	3.07	-	.45* (.000)	.58* (.000)
สมรส	3.61		-	.13* (.000)
หย่า/หม้าย	3.55			-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อเปรียบเทียบระดับการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่าประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดย

ประชาชนที่สมรส และหย่า/หม้าย มีความคิดเห็นต่อศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สูงกว่าประชาชนที่โสด

ประชาชนที่สมรส มีความคิดเห็นต่อศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สูงกว่าประชาชนที่หย่า/หม้าย

สมมติฐานข้อที่ 1.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ ระดับการศึกษา สามารถเขียนสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

H_0 : ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) แตกต่างกัน

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ F จากการวิเคราะห์ความแปรปรวน One way ANOVA ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตาราง 4.15 แสดงผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) กับระดับการศึกษา

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate)	Between Groups	2.376	3	.792	3.382*	.018
	Within Groups	116.139	496	.234		
	Total	118.515	499			
ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)	Between Groups	77.736	3	25.912	69.769*	.000
	Within Groups	184.214	496	3.71		
	Total	261.950	499			
ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)	Between Groups	14.155	3	4.718	14.618*	.000
	Within Groups	160.096	496	.323		
	Total	174.251	499			
ด้าน ความถูกต้อง(Correct)	Between Groups	28.755	3	9.585	33.352*	.000
	Within Groups	142.548	496	.287		
	Total	171.303	499			
ด้าน Clear (ความชัดเจน)	Between Groups	7.313	3	2.438	6.462*	.000
	Within Groups	187.097	496	.377		
	Total	194.410	499			
Convince (ความน่าเชื่อถือ)	Between Groups	2.376	3	.792	3.382*	.018
	Within Groups	116.139	496	.234		
	Total	118.515	499			

Complete (ความสมบูรณ์)	Between Groups	2.376	3	.792	3.382*	.018
	Within Groups	116.139	496	.234		
	Total	118.515	499			
ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพศักยภาพการในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	Between Groups	6.879	3	2.293	29.253*	.000
	Within Groups	38.881	496	.078		
	Total	45.760	499			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 เมื่อเปรียบเทียบระดับศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความคิดเห็นต่อระดับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบของการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดย

ประชาชนที่ระดับการศึกษาปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สูงกว่าประชาชนที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี

ประชาชนที่ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สูงกว่าประชาชนที่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาโท

สมมติฐานที่ 2.1 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านการลงทุน สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยการปรับตัวของ Sme ไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านการลงทุน

H_1 : ปัจจัยการปรับตัวของSme ไทย มีความสัมพันธ์กับ ระดับศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านการลงทุน

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตารางที่ 4.16 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระดับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย :

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate)

ตัวแปร	ระดับศักยภาพ			
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเงินลงทุน	.084	.061	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านบุคลากร	.023	.615	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ	.209*	.000	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ด้านเทคโนโลยี	-.056	.214	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ	-.044	.322	ไม่สัมพันธ์	-
ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	.145*	.001	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.16 ผลการความสัมพันธ์ระหว่างการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate)

ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .145 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศมีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .209

ด้านเงินลงทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

สมมติฐานที่ 2.2 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยการปรับตัวของ Sme ไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)

H_1 : ปัจจัยการปรับตัวของSme ไทย มีความสัมพันธ์กับ ระดับศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระดับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)

ตัวแปร	ระดับศักยภาพ			
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเงินลงทุน	-.046	.301	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านบุคลากร	.175*	.000	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ	-.515*	.000	ปานกลาง	ทิศทางตรงกันข้าม
ด้านด้านเทคโนโลยี	.369*	.000	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ	.175*	.000	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	-.015	.739	ไม่สัมพันธ์	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 ผลการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระดับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)

พบว่า ปัจจัยความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านบุคลากร และ ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับคือ .175

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางตรงกันข้ามกับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.515

ด้านด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .369

ด้านเงินลงทุน ไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)

สมมติฐานที่ 2.3 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยไม่มีความสัมพันธ์กับระดับ ระดับศักยภาพ
ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)

H_1 : ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพระดับ
ศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน
ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตารางที่ 4.18 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)

ตัวแปร	ระดับศักยภาพ			
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเงินทุน	.030	.510	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านบุคลากร	.185*	.000	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ	.312*	.000	ปานกลาง	ทิศทางเดียวกัน
ด้านด้านเทคโนโลยี	.216*	.000	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ	-.137*	.002	ต่ำ	ทิศทางตรงกันข้าม
ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	-.077	.086	ไม่สัมพันธ์	-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 ผลการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย :

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)

พบว่า ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านบุคลากรและด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .185 และ .216

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .312

สมมติฐานที่ 2.4 ปัจจัยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความถูกต้อง สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยไม่มีความสัมพันธ์กับระดับ ระดับศักยภาพ
ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความถูกต้อง

H_1 : ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพระดับ
ศักยภาพ ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความถูกต้อง

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตารางที่ 4.19 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับศักยภาพปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย :
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความถูกต้อง

ตัวแปร	ระดับศักยภาพ			
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับ ความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเงินทุน	-.035	.440	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านบุคลากร	-.057	.207	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้า ของประเทศ	-.158*	.000	ต่ำ	ทิศทางตรงกันข้าม
ด้านเทคโนโลยี	.033	.460	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ	.079	.078	ไม่สัมพันธ์	-
ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	-.100*	.025	ต่ำ	ทิศทางตรงกันข้าม

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 ผลการความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความถูกต้อง Correct

พบว่า การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ด้านความถูกต้อง Correct โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.100 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ด้านความถูกต้อง Correct โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.158

ด้านเงินทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และ ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ด้านความถูกต้อง Correct

สมมติฐานที่ 2.5 ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Clear (ความชัดเจน) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยไม่มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Clear (ความชัดเจน)

H_1 : ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Clear (ความชัดเจน)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตารางที่ 4.20 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับศักยภาพปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย :

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Clear (ความชัดเจน)

ตัวแปร	ระดับศักยภาพ			
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านเงินลงทุน	-.037	.442	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านบุคลากร	-.067	.208	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ	-.158*	.000	ต่ำ	ทิศทางตรงกันข้าม
ด้านเทคโนโลยี	.034	.480	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ	.082	.080	ไม่สัมพันธ์	-
ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	-.102*	.028	ต่ำ	ทิศทางตรงกันข้าม

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 ผลการความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย :

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Clear (ความชัดเจน)

พบว่า การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ด้าน Clear (ความชัดเจน) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.102 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Clear (ความชัดเจน) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.158

ด้านเงินลงทุน ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี และ ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ด้าน Clear (ความชัดเจน)

สมมติฐานที่ 2.6 ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยไม่มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)

H_1 : ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตารางที่ 4.21 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)

ตัวแปร	ระดับศักยภาพ			
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านการลงทุน	.034	.443	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านบุคลากร	.211*	.000	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ	-.318*	.000	ปานกลาง	ทิศทางตรงกันข้าม
ด้านเทคโนโลยี	.186*	.000	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ	-.160*	.000	ต่ำ	ทิศทางตรงกันข้าม
ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	-.095*	.034	ต่ำ	ทิศทางตรงกันข้าม

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 ผลการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)

พบว่า ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพ ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.095 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านบุคลากรและด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพในการปรับตัวของ Sme ไทย สู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .211 และ .186

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับศักยภาพในการปรับตัวของ Sme ไทย ผู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.318

ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจมีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับ ระดับศักยภาพในการปรับตัวของ Sme ไทย ผู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.160

ด้านการลงทุนไม่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพระดับศักยภาพในการปรับตัวของ Sme ไทย ผู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้าน Convince (ความน่าเชื่อถือ)

สมมติฐานที่ 2.7 ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพการปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) Complete (ความสมบูรณ์) สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติ ได้ดังนี้

H_0 : ปัจจัยความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบของการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านผู้ประกอบการ

H_1 : ปัจจัยความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพการสร้างรายได้เปรียบเทียบของการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านผู้ประกอบการ

สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน จะใช้ค่าสถิติ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ สหสัมพันธ์ (Pearson Correlation) ใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_0) ก็ต่อเมื่อ Sig.(2-tailed) มีค่าน้อยกว่า 0.05 ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังนี้

ตารางที่ 4.22 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพการปรับตัวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสมบูรณ์

ตัวแปร	ระดับศักยภาพ			
	Pearson Correlation	Sig.	ระดับความสัมพันธ์	ทิศทาง
ด้านการลงทุน	.033	.461	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านบุคลากร	.099*	.027	ต่ำ	ทิศทางเดียวกัน
ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ	.004	.930	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านเทคโนโลยี	.014	.757	ไม่สัมพันธ์	-
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ	-.361*	.000	ปานกลาง	ทิศทางตรงกันข้าม
ปัจจัยการปรับตัวการเข้าสู่ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)	-.114*	.011	ต่ำ	ทิศทางตรงกันข้าม

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 ผลการความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพการปรับตัวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสมบูรณ์

พบว่า ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยมีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางตรงกันข้ามกับระดับศักยภาพการปรับตัวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสมบูรณ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.114 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

ด้านบุคลากร มีความสัมพันธ์ระดับต่ำในทิศทางเดียวกันกับระดับศักยภาพการปรับตัวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสมบูรณ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .099

ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจมีความสัมพันธ์ระดับปานกลางในทิศทางเดียวกันข้ามกับระดับศักยภาพการปรับตัวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสมบูรณ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.361

ด้านการลงทุน ด้านด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ และด้านเทคโนโลยี ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับศักยภาพการปรับตัวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ด้านความสมบูรณ์

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับความคิดเห็นเรื่อง ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ตารางที่ 4.23 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ด้านตำแหน่งกับความคิดเห็นเรื่อง ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	ตำแหน่ง		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้	142.371*	15	.000
ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์	243.444*	20	.000
ด้านความสามารถในการแข่งขัน	110.908*	15	.000
ด้านความถูกต้อง	158.486*	15	.000
ด้านความชัดเจน	65.120*	20	.000
ด้านความน่าเชื่อถือ	8.992*	3	.029
ด้านความสมบูรณ์	58.481*	4	.000
รวม	103.799*	15	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าความคิดเห็นเรื่องปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยรวมขึ้นอยู่กัตำแหน่ง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเรื่องปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ทุกด้านขึ้นอยู่กัประชากรศาสตร์ด้านตำแหน่ง

ตารางที่ 4.24 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ด้านเพศกับความคิดเห็นเรื่องปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	เพศ		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้	5.906	3	.116
ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์	95.988*	4	.000
ด้านความสามารถในการแข่งขัน	58.481*	4	.000
ด้านความถูกต้อง	20.403*	4	.000
ด้านความชัดเจน	243.922*	8	.000
ด้านความน่าเชื่อถือ	10.971	6	.089
ด้านความสมบูรณ์	221.196*	6	.000
รวม	72.195*	3	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่าความคิดเห็นเรื่องการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

โดยรวมขึ้นอยู่กัเพศ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเรื่องการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)เกือบทุกด้านขึ้นอยู่กัประชากรศาสตร์ด้านเพศ ยกเว้นความคิดเห็นเรื่องการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ไม่ขึ้นอยู่กัประชากรศาสตร์ด้านเพศ

ตารางที่ 4.25 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ด้านอายุกับความคิดเห็นเรื่อง การเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน (AEC)

การเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	อายุ		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้	125.486*	15	.000
ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์	290.239*	20	.000
ด้านความสามารถในการแข่งขัน	104.941*	15	.000
ด้านความถูกต้อง	268.582*	15	.000
ด้านความชัดเจน	69.939*	20	.000
ด้านความน่าเชื่อถือ	243.922*	8	.000
ด้านความสมบูรณ์	10.971	6	.089
รวม	181.805*	15	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)โดยรวมขึ้นอยู่กับอายุ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)ทุกด้านขึ้นอยู่กับประชากรศาสตร์ด้านอายุ

ตารางที่ 4.26 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรส
กับความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการ ปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	สถานภาพสมรส		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้	29.292*	6	.000
ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์	243.922*	8	.000
ด้านความสามารถในการแข่งขัน	10.971	6	.089
ด้านความถูกต้อง	221.196*	6	.000
ด้านความชัดเจน	35.375*	8	.000
ด้านความน่าเชื่อถือ	14.534	9	.103
ด้านความสมบูรณ์	185.173*	12	.000
รวม	152.250*	6	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัว
ของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยรวมขึ้นอยู่กับสถานภาพสมรส และเมื่อ
พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัว
ของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

เกือบทุกด้านขึ้นอยู่กับประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรส ยกเว้นความคิดเห็นเรื่อง
ศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
(AEC) ไม่ขึ้นอยู่กับประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรส

ตารางที่ 4.27 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษากับความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทย ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	ระดับการศึกษา		
	Chi-Square	df	Sig.
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้	14.544	9	.104
ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์	185.173*	12	.000
ด้านความสามารถในการแข่งขัน	64.620*	9	.000
ด้านความถูกต้อง	89.052*	9	.000
ด้านความชัดเจน	234.718*	12	.000
ด้านความน่าเชื่อถือ	74.509*	12	.000
ด้านความสมบูรณ์	279.369*	12	.000
รวม	76.119*	9	.000

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยรวมขึ้นอยู่กับระดับการศึกษา และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เกือบทุกด้านขึ้นอยู่กับประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ยกเว้นความคิดเห็นเรื่องศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ไม่ขึ้นอยู่กับประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.28 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	สำคัญทางสถิติ	ผลลัพธ์
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ ตำแหน่ง เพศ อายุ สถานภาพ และระดับศักยภาพการปรับตัว ของ SMEs ไทยในการก้าวสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่างกัน	นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยที่แตกต่างกันที่มีระดับการสร้างควมได้เปรียบการแข่งขันของประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ต่างกัน	นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการบริหารจัดการ 7Cs มีความสัมพันธ์ระดับการปรับตัว ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015 ต่างกัน	นัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05	ยอมรับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่อง “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนัก (Awareness and Recognition) ถึงการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015 และ เพื่อศึกษาปัจจัยแนวคิดของแผนธุรกิจ 7Cs ของภาคธุรกิจ SME มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการสร้างรายได้เปรียบของ ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนัก (Awareness and Recognition) ถึงการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015

2. เพื่อศึกษาปัจจัยแนวคิดของแผนธุรกิจ 7Cs ของภาคธุรกิจ SME มีความสัมพันธ์กับศักยภาพในการสร้างรายได้เปรียบของ ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015

ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวข้อกันเรื่องการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) “ผู้ศึกษาสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้คือ

1.ผลลัพธ์จากปัจจัยส่วนบุคคล และระดับศักยภาพการปรับตัวของ SMEs ไทยในการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

2.ผลลัพธ์ปัจจัยเกี่ยวกับการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้แก่

ด้านการลงทุน ประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านบุคลากรเป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การส่งเสริมให้ลงทุนในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ส่งเสริมให้ SMEs ไทย มีการพัฒนาประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต ทั้งจากการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะความรู้ที่สูงขึ้น ส่งเสริมการตลาด บุคลากรและสร้างเครือข่าย (Cluster) ในด้านการตลาด รวมทั้งเข้าถึงและจัดทำข้อมูลการตลาดกลุ่มประเทศอาเซียนทั้ง 10 ประเทศและส่งเสริมและสนับสนุนให้ SMEs ไทยสามารถลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม) เพื่อลดต้นทุนกระบวนการผลิตทางด้านวัตถุดิบและปัจจัยด้านแรงงาน อยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร ประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการศึกษาคือในระดับสูงขึ้น เพิ่มบุคลากรและความรวดเร็วในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ พัฒนาหลักสูตรด้านภาษาต่างประเทศ (เช่น อังกฤษ จีน พม่า) ให้สอดคล้องกับความต้องการ และ บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้ศึกษาดูงานเพื่อพัฒนางานในหน้าที่ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ ประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ มีวางแผนที่รองรับตามแผนยุทธศาสตร์ทางประชาคมอาเซียน การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลในอาเซียนด้านหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การทำความเข้าใจและดำเนินการประสานงานระหว่างภาครัฐกันเองให้มากขึ้น และใช้ กฎที่เป็นมาตรฐานเดียวกันพัฒนางานวางแผนนโยบายด้านการตลาด ในลักษณะเชิงรุกเพื่อเปิดตลาดใน

ประเทศอาเซียน ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้านการอำนวยความสะดวกพิธีศุลกากร ระบบสาธารณูปโภคมาตรการการค้า และกฎระเบียบที่จำเป็นเพื่อรองรับการเปิดประเทศเข้าสู่ AEC และ รัฐบาลควรมีนโยบายในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและมีมาตรฐานในการรองรับอย่างชัดเจน อยู่ในระดับมาก

ด้านเทคโนโลยี ประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมากขึ้น ทั้งกระบวนการภายในองค์กรและระหว่างภายในห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) การเชื่อมต่อระบบขนส่งระหว่างประชาคมอาเซียน (เช่น ให้ไทยเป็น Logistic Hub) มีการปรับระบบเทคโนโลยีในการเพิ่ม/ปรับปรุงทางหลวงอาเซียน ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพสินค้าและบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดกลุ่มประเทศอาเซียน 10 ทั้งในด้านคุณภาพ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า (Customer preference) และการนำระบบทันสมัยของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างและพัฒนาตราสินค้า (Thailand Brand) อยู่ระดับมาก

ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ ประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อสารภาษาความเข้าใจ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารให้มากขึ้น มีการพัฒนา ทักษะการเรียนรู้ศักยภาพในภูมิภาคในอาเซียนเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและสื่อสารได้อย่างเข้าใจ มีการจัดโครงการแลกเปลี่ยนพนักงานเพื่อหาประสบการณ์และถ่ายทอดความเข้าใจให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และมีการประเมินผลของการใช้ภาษาที่ถูกต้องขององค์กรและมีสร้างกิจกรรมร่วมในการใช้ภาษาในการสื่อสารอยู่ระดับปานกลาง

3. ผลลัพธ์ ปัจจัยการบริหารจัดการ 7Cs มีความสัมพันธ์ระดับการปรับตัว ในการก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015 ได้แก่

ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate) ประชากรมีความคิดเห็นด้านด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate) อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการให้ทราบถึงข้อมูลโดยความสมบูรณ์ในที่นี่จะหมายถึง ความสมบูรณ์ของรายละเอียดต่างๆทั้งหมดในธุรกิจ Sme และ สื่อแผนการเงินวิธีการดำเนินการต่างๆของธุรกิจในการตลาด แผนบริหารจัดการ แผนการผลิต

หรือแผนบริการ ซึ่งสิ่งต่างๆที่กำหนดขึ้นนี้จะเป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของกิจการอยู่ในระดับปานกลาง

ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) ประชากรมีความคิดเห็นด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความร่วมมือ การจัดการ การอำนวยความสะดวก การให้กำลังใจคนสนับสนุน เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและการตกลงกันระหว่างผู้ให้และผู้รับ และการลงทุนด้วยเงินสดหรือทรัพย์สินของอย่างอื่น ไปเพื่อกิจกรรมหนึ่ง โดยหวังผลทางการค้า ทั้งนี้การเป็นผู้สนับสนุนจะมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันกับกิจกรรมนั้น ๆ ด้วย อยู่ในระดับมาก

ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) ประชากรมีความคิดเห็นด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทำให้เกิดความแตกต่างในของผู้ประกอบการ SMEs ในการสร้างความได้เปรียบ เช่น มีโครงการที่ใหม่และสามารถสร้างผลกำไรได้ดีและ มียอดขาย เป้าหมายที่เกิดขึ้นได้จริง

ด้านความถูกต้อง (Correct) ประชากรมีความคิดเห็นด้าน Correct (ความถูกต้อง) อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูลที่บรรจุอยู่ในแผน ตรงตามมาตรฐานสากล และ มีความถูกต้องของผู้ประกอบธุรกิจยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก

ด้านความชัดเจน (Clear) ประชากรมีความคิดเห็นด้านความชัดเจน (Clear) อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ประกอบการสามารถถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรได้ มีการเสนอต่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน เนื่องจากการตัดสินใจในการให้การสนับสนุนนั้น และ มีศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบในการบริหารธุรกิจและสร้างความมั่นใจในสถานทางผลประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความน่าเชื่อถือ (Convince) มีการเสนอต่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน เนื่องจากการตัดสินใจในการให้การสนับสนุนนั้นและ มีศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบในการบริหารธุรกิจและสร้างความมั่นใจในสถานทางผลประกอบการ

ด้านความสมบูรณ์(Complete) ความสามารถในการบริหารจัดการ ให้ธุรกิจ ประสบความสำเร็จได้ถ้าได้มีโอกาสดำเนินธุรกิจ ความเป็นเหตุเป็นผล มีความสอดคล้องใน แผนงาน ต่างๆ ซึ่งแสดงถึงควมมีประสิทธิภาพและ ผลลัพธ์ทางการเงินถือเป็นตัววัดผลประกอบการของ ธุรกิจ ในการสร้างรายได้ให้กับ กิจการมียอดกำไรตามเป้าหมาย

สรุปคำถามในการวิจัย

จากประเด็นคำถามการวิจัยกำหนดขอบเขตในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษา “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” โดยดำเนินการวิจัยเพื่อตอบคำถามในประเด็น ดังนี้

1. ผลลัพธ์ ปัจจัยเกี่ยวกับการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)
2. ผลลัพธ์ ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

5.2 การอภิปรายผล

จากการวิจัย “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC “ สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กรุงเทพมหานคร ตำแหน่งส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ เป็นเพศชาย อายุมากกว่า 45 ปี สถานภาพสมรสแล้ว และระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับ การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC ไว้ดังนี้

5.2.2 ปัจจัยปัจจัยเกี่ยวกับการการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

พบว่าประชากรมีความความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยเกี่ยวกับการการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อยู่ในระดับมาก โดยข้อมูลรายด้านของปัจจัยเกี่ยวกับการการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่า

ด้านการลงทุน ประชากรมีความความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการลงทุน เป็นอย่างดี อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การส่งเสริมให้ลงทุนในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ส่งเสริมให้ SMEs ไทย มีการพัฒนาประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต ทั้งจากการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะความรู้ที่สูงขึ้น ส่งเสริมการตลาด บุรณการและสร้างเครือข่าย (Cluster) ในด้านการตลาด รวมทั้งเข้าถึงและจัดทำข้อมูลการตลาดกลุ่มประเทศอาเซียนทั้ง 10 ประเทศและส่งเสริมและสนับสนุนให้ SMEs ไทยสามารถลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม) เพื่อลดต้นทุนกระบวนการผลิตทางด้านวัตถุดิบและปัจจัยด้านแรงงาน อยู่ในระดับมาก

ด้านบุคลากร ประชากรมีความความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านบุคลากร อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการศึกษาระดับสูงขึ้น เพิ่มบุคลากรและความรวดเร็วในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้ พัฒนาหลักสูตรด้านภาษาต่างประเทศ (เช่น อังกฤษ จีน พม่า) ให้สอดคล้องกับความต้องการ และ บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้ศึกษาดูงานเพื่อพัฒนางานในหน้าที่ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ ประชากรมีความความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การค้าของประเทศ มีวางแผนที่รองรับตามแผนยุทธศาสตร์ทางประชาคมอาเซียน การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลในอาเซียนด้านหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การทำความเข้าใจและดำเนินการประสานงานระหว่างภาครัฐกันเองให้มากขึ้น และใช้ กฎที่เป็นมาตรฐานเดียวกันพัฒนางานแผนนโยบายด้านการตลาด ในลักษณะเชิงรุกเพื่อเปิดตลาดในประเทศอาเซียน ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้านการอำนวยความสะดวกพิธีศุลกากร ระบบสาธารณูปโภคมาตรการการค้า และกฎระเบียบที่

จำเป็นเพื่อรองรับการเปิดประเทศเข้าสู่ AEC และ รัฐบาลควรมีนโยบายในการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศและมีมาตรฐานในการรองรับอย่างชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านเทคโนโลยี ประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมากขึ้น ทั้งกระบวนการภายในองค์กรและระหว่างภายในห่วงโซ่มูลค่า (Value chain) การเชื่อมต่อระบบขนส่งระหว่างประชาคมอาเซียน (เช่น ให้ไทยเป็น Logistic Hub) มีการปรับระบบเทคโนโลยีในการเพิ่ม/ปรับปรุงทางหลวงอาเซียน ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพสินค้าและบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดกลุ่มประเทศอาเซียน 10 ทั้งในด้านคุณภาพ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า (Customer preference) และการนำระบบพันธมิตรของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างและพัฒนาตราสินค้า (Thailand Brand) อยู่ระดับมาก

ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ ประชากรมีความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารให้มากขึ้น มีการพัฒนา ทักษะการเรียนรู้ศักยภาพในภูมิภาคในอาเซียนเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและสื่อสารได้อย่างเข้าใจ มีการจัดโครงการแลกเปลี่ยนพนักงานเพื่อหาประสบการณ์และถ่ายทอดความเข้าใจให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น และมีการประเมินผลของการใช้ภาษาที่ถูกต้องขององค์กรและมีสร้างกิจกรรมร่วมในการใช้ภาษาในการสื่อสารอยู่ระดับปานกลาง

จากข้อมูลข้างต้นมีความสอดคล้องในแนวคิดการปรับของ SME ไทย ในการเตรียมความพร้อมในการรับมือในการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) ได้แก่ ด้านเงินลงทุน ด้านบุคลากร ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ ด้านเทคโนโลยี ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ เป็นต้น เพิ่มอำนาจการต่อรองของไทยในเวทีการค้าโลก ASEAN Secretariat, 2009 ซึ่งมีความสอดคล้อง การปรับตัวของ SME ซึ่งมีความสอดคล้องการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุนและแรงงานฝีมือ รวมกลุ่มสินค้าและบริการสำคัญ 11 สาขา เป็นสาขานำร่อง โดยมีประเทศสมาชิกรับผิดชอบในการจัดทำ Road map ในแต่ละสาขา ได้แก่ ไทย : การท่องเที่ยวและการบิน พม่า : สินค้าเกษตรและสินค้าประมง อินโดนีเซีย : ยานยนต์และผลิตภัณฑ์ไม้ มาเลเซีย : ยางและสิ่งทอ ฟิลิปปินส์ : อิเล็กทรอนิกส์ สิงคโปร์ : เทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่

เกี่ยวข้อง และการบริการด้านสุขภาพ (ASEAN Secretariat, 2009) ซึ่งมีความสอดคล้องในแนวคิด สมหมาย ชินนาค (2554) ที่ว่า มุมมองในการเป็นประชาคมอาเซียน 2015 ซึ่งมีความสอดคล้อง สุเนตร ชุตินธรานนท์ (2554) ที่ว่าด้วยการปรับตัวการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน 2015 การปรับตัวเป็นการเตรียมความพร้อมของไทยก้าวไปพร้อมๆ กันกับอาเซียน การเตรียมพร้อมให้กับประชาชน สร้างการรับรู้ในเรื่องของอาเซียน นั้นเป็นเรื่องที่ต้องรีบปฏิบัติ ซึ่งมีความสอดคล้องใน “การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” นั้นปัญหาอุปสรรคและโอกาส” ทำให้ได้รับทราบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมตัวของประเทศไทยเพื่อพัฒนาสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ทั้ง 3 เสาหลัก ประชาคมการเมืองและความมั่นคง ประชาคมเศรษฐกิจ ประชาคมสังคมและวัฒนธรรม มุมมองในแง่มุมต่างๆ จากผู้ที่มีภารกิจที่เกี่ยวข้อง นักวิชาการ ทำให้ได้รู้ถึงปัญหา อุปสรรคและโอกาสในอนาคตของประเทศไทยว่าจะก้าวไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดศักยภาพซึ่งมีความสอดคล้องในแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ SMEs ที่ว่าด้วยการเป็นผู้ประกอบการเนื่องจาก (1) ความต้องการความสำเร็จ (2) หวังผลกำไรจากการดำเนินงาน และ(3) ความเจริญเติบโต จากสาเหตุดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการพัฒนาพฤติกรรมในด้านการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และแนวทางในการจัดการธุรกิจ (Megginson, Byrd, and Megginson, 2003: 11) นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องและเชื่อมโยงการบริหารจัดการ จัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

5.2.3 ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

จากผลการศึกษาศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC ทั้ง 7 ด้าน ประกอบด้วย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate) ประชากรมีความคิดเห็นด้านด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate) อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีการให้ทราบถึงข้อมูลโดยความสมบูรณ์ในที่นี้จะหมายถึง ความสมบูรณ์ของรายละเอียดต่างๆทั้งหมดในธุรกิจ Sme และสื่อแผนการเงินวิธีการดำเนินการต่างๆของธุรกิจในแผนการตลาด แผนบริหารจัดการ แผนการผลิต

หรือแผนบริการ ซึ่งสิ่งต่างๆที่กำหนดขึ้นนี้จะเป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของกิจการอยู่ในระดับปานกลาง

ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) ประชากรมีความคิดเห็นด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial) อยู่ในระดับมาก ได้แก่ การให้ความร่วมมือ การจัดการ การอำนวยความสะดวก การให้กำลังใจคนสนับสนุน เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและการตกลงกันระหว่างผู้ให้และผู้รับ และการลงทุนด้วยเงินสดหรือทรัพย์สินของอย่างอื่น ไปเพื่อกิจกรรมหนึ่ง โดยหวังผลทางการค้า ทั้งนี้การเป็นผู้สนับสนุนจะมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กันกับกิจกรรมนั้น ๆ ด้วย อยู่ในระดับมาก

จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้สามารถสรุปความคิดเห็นของประชากรในชุมชน ได้ว่า บริหารจัดการความเสี่ยง ในชุมชนควรมีการบริหารจัดการความเสี่ยง เป็นอย่างดี สามารถทำนายได้ว่า ปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) ประชากรมีความคิดเห็นด้านความสามารถในการแข่งขัน (Competitive) อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ทำให้เกิดความแตกต่างในของผู้ประกอบการ SMEs ในการสร้างความได้เปรียบ เช่น มีโครงการที่ใหม่และสามารถสร้างผลกำไรได้ดีและมียอดขาย เป้าหมายที่เกิดขึ้นได้จริง

ด้านความถูกต้อง (Correct) ประชากรมีความคิดเห็นด้าน Correct (ความถูกต้อง) อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความถูกต้องของข้อมูลที่บรรจุอยู่ในแผน ตรงตามมาตรฐานสากล และมีความถูกต้องของผู้ประกอบธุรกิจยิ่งขึ้น อยู่ในระดับมาก

ด้านความชัดเจน (Clear) ประชากรมีความคิดเห็นด้านความชัดเจน (Clear) อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ผู้ประกอบการสามารถถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรได้ มีการเสนอต่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน เนื่องจากการตัดสินใจในการให้การสนับสนุนนั้น และมียุทธศาสตร์ในการสร้างความได้เปรียบในการบริหารธุรกิจและสร้างความมั่นใจในสถานทางผลประกอบการ อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านความน่าเชื่อถือ(Convince) มีการเสนอต่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน เนื่องจาก การตัดสินใจในการให้การสนับสนุนนั้นและ มีศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบในการ บริหารธุรกิจและสร้างความมั่นใจในสถานทางผลประโยชน์

ด้านความสมบูรณ์(Complete) ความสามารถ ในการบริหารจัดการ ให้ธุรกิจ ประสบ ความสำเร็จได้ถ้าได้มีโอกาสดำเนินธุรกิจ ความเป็นเหตุเป็นผล มีความสอดคล้องใน แผนงาน ต่างๆ ซึ่งแสดงถึงควมมีประสิทธิภาพและ ผลลัพธ์ทางการเงินถือเป็นตัววัดผลประโยชน์ของ ธุรกิจ ในการสร้างรายได้ให้กับ กิจกรรมียอดกำไรตามเป้าหมาย

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปความคิดเห็นของประชากร ได้ว่า เป็นอย่างดี สามารถ ทำนายได้ว่าปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลให้ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ใน การปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งมีความสอดคล้อง “คลัสเตอร์” ที่ว่าด้วยการรวมตัวกัน (Linkages) ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกันและตั้งรวมกันอยู่อย่าง หนาแน่น (Concentration / Critical-Mass) ในทำเลหนึ่ง ๆ (Geographical Proximity) โดยมี วัตถุประสงค์ที่พ้องต้องกัน (Commonality) ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน (Complementarities) เพื่อ ประโยชน์ของทุกฝ่าย ในขณะเดียวกันก็ยังคงมีการแข่งขันกันทางธุรกิจ (Competition) นอกจากนี้ ยังมีการเชื่อมโยง (Connectivity) กับหน่วยงานหรือองค์กรสนับสนุนต่างๆ เช่น สมาคมการค้า สถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา สถาบันที่ปรึกษา ซึ่งมีความสอดคล้องในสำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีบทบาทในการพัฒนา ซึ่งมีความสอดคล้อง ในแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการตามแผนธุรกิจ 7Cs ที่ว่าด้วยการเป็นแนวคิดของการบริหาร ตามแผนธุรกิจที่ดี (Concept of good business plan) อันประกอบด้วย Communicate (การ สื่อสารให้เข้าใจได้) Commercial (ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์) Competitive (ความสามารถใน การแข่งขัน) Correct (ความถูกต้อง) Clear (ความชัดเจน) หรือเรียกว่า 5Cs ของแนวคิดของแผน ธุรกิจที่ดี (บิสสิเนสไทย,2555)แต่เพื่อให้เรื่องของแนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจให้มีความครบถ้วน สมบูรณ์ .C – Complete และ C – Convince ซึ่งมีความสอดคล้องในแนวคิดในการดำเนินธุรกิจ (บิสสิเนสไทย,2555) ซึ่งมีความสอดคล้อง สภาวะตลาดหรืออุตสาหกรรม ซึ่งแสดงถึงสภาพตลาด หรืออุตสาหกรรมที่เป็นอยู่ สภาพการแข่งขัน ข้อมูลของคู่แข่ง การวิเคราะห์ปัจจัยภายในและ ภายนอกของธุรกิจ หรือที่เรียกกันว่า SWOT analysis ซึ่งมีความสอดคล้อง แผนการเงิน ซึ่งแสดง

เกี่ยวกับรายละเอียดของที่มาหรือรายได้ของกิจการ ประมาณการต้นทุนหรือค่าใช้จ่าย งบการเงินของธุรกิจอันประกอบด้วย งบดุล งบกำไรขาดทุน และงบกระแสเงินสด การวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน เป็นต้น

สามารถสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการแผนธุรกิจ 7Cs:ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เนื่องจากการขยายตลาดส่งออกไปสู่ต่างประเทศ ประเทศสมาชิกอื่นๆในอาเซียนอีก 9 ประเทศ ของแนวคิดเกี่ยวกับแผนธุรกิจที่ดีนี้จะเป็นประโยชน์ปรับตัวของ SMEs ธุรกิจในการประเมินถึงประสิทธิภาพ ซึ่งมีความสอดคล้องเมอร์เรย์ (Murray, 1959) ที่ว่าด้วยการจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์หรือความต้องการสัมฤทธิ์ผล (n-Achievement) ว่า คือความปรารถนาที่จะทำบางสิ่งบางอย่างที่ยากให้ประสบผลสำเร็จ โดยเปลี่ยนแปลงหรือจัดการความคิด ตัวบุคคล ให้มีความเหมาะสม ซึ่งมีความสอดคล้อง แมคเคลแลนด์ (McClelland, 1953) ที่ว่าด้วย การตั้งเป้าหมายในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อประสบความสำเร็จ โดยการแข่งขันกับมาตรฐานอันดีเลิศ (standard of excellence) มีความพยายามที่จะทำให้ดีกว่าผู้อื่น เป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกับกิจกรรม ของการแข่งขัน แต่บางครั้งมาตรฐานอันดีเลิศอาจไม่ใช้การแข่งขันกับผู้อื่น อาจเป็นรางวัลโดยธรรมชาติของความสำเร็จเองก็ได้ซึ่งมีความสอดคล้อง วิดเลอร์ (Vidier, 1977) ที่ว่าด้วยกระบวนการของการวางแผน การกระทำและความรู้สึกที่เกี่ยวข้องกับการพยายามต่อสู้เพื่อความสำเร็จในการบรรลุมาตรฐานอันดีเลิศที่บุคคลตั้งเอาไว้ ซึ่งมีความมีความสอดคล้องในหลักที่ว่า ความปรารถนา ความพยายาม และความตั้งใจที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้ประสบความสำเร็จด้วยดีและได้มาตรฐานอันดีเลิศ โดยพยายามแข่งขันกับมาตรฐานและบุคคลอื่น เพื่อให้ได้มาตรฐานและดีกว่าบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นแรงผลักดันให้บุคคลมีความมุ่งมั่น บากบั่น ฝ่าฟันอุปสรรค ด้วยความคาดหวังในความสำเร็จมากกว่ากลัวความล้มเหลว ซึ่งมีความสอดคล้องในงานวิจัย แสงว รัตนมงคลมาศ (2546) : ให้ความหมายของการตัดสินใจเอาไว้ว่า การตัดสินใจหมายถึง การเลือกบนทางเลือก (choice of alternative) ซึ่งมีความสอดคล้องในงาน ถวัลย์ วรเทพพิพัฒน์ (2540) ที่ด้วยการตัดสินใจไว้ว่าเป็นกระบวนการเลือกหนทางปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งจากบรรดาทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ โดยอาศัยหลักเกณฑ์บางประการประกอบการพิจารณาในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นพฤติกรรมของบุคคล และได้แสดงให้เห็นว่า การกระทำของบุคคลนั้นเป็นผลมาจากการที่มี

ความสอดคล้องในงานวิจัย การตัดสินใจนั้น รีเดอร์ (Reader) ได้เสนอความคิดและแนวทางการวิจัยในพฤติกรรมส่งผลให้เกิดการตัดสินใจ และกระทำพฤติกรรมทางสังคม รีเดอร์ (Reader) ได้แบ่งปัจจัยออกเป็นประเภทต่าง ๆ ถึง 3 ประเภท ปัจจัยดึง (Pull factors) ปัจจัยผลัก (Push factors) และปัจจัยความสามารถ (Able factors) (คณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. 2547) ตัดสินใจก็ได้ ซึ่งมีความสอดคล้องในสถาบันการเงิน เป็นโครงการที่ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ที่ว่าด้วยผู้ประกอบการ SMEs ตามนโยบายหลักของรัฐบาล นอกจากความช่วยเหลือด้านการเงินเป็นพิเศษแล้ว ยังร่วมมือกับองค์กรเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งได้ปรับบทบาท ภารกิจ และปรับกลยุทธ์ที่ชัดเจน ให้พร้อมรับกับความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs อย่างเต็มประสิทธิภาพทั้งในเชิงรุกและเชิงรับ ให้เหมาะสม สอดคล้องกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ และสภาพของธุรกิจไทย อันจะช่วยให้ภาวะเศรษฐกิจของประเทศมีการฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว”(ธนาคารกรุงไทย ,2555):ซึ่งมีความสอดคล้องการกระจายการพัฒนาไปทั่วประเทศ SMEs มักมีลักษณะการจัดตั้งกระจายไปตามชุมชน ในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ จึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตทางธุรกิจและเป็นการปรับตัวของผู้ประกอบการของไทยในการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน 2015 (ธนาคารแห่งประเทศไทย ,2555)

นอกจากนี้งานวิจัยที่สอดคล้องในงานวิจัยและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในการสอดคล้องในการปรับตัว ชัยพัฒน์พูนพัฒน์พิบูลย์และคณะ (2548) ที่ทำการศึกษาเรื่อง “การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs” พบว่า ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารระหว่างผู้กู้กับผู้ให้กู้กับเป็นปัญหาที่ปรากฏชัดในประเทศไทย การจะเข้าถึงสินเชื่อได้มากขึ้นมักพิจารณาจากระยะเวลาในการดำเนินกิจการสินทรัพย์ถาวร และยอดขายของธุรกิจ สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดใหญ่หรือธุรกิจในภาคอุตสาหกรรม โครงสร้างเงินทุนจะพึ่งพิงเงินกู้ยืมมากกว่าเงินส่วนตัว ความไม่เท่าเทียมของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความสัมพันธ์กับการขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ความรู้ความเข้าใจในข้อมูลการเงินของ SMEs ความไม่เพียงพอของการจัดการ และการกำหนดสินเชื่อภายใต้ความเสี่ยง (Risk-based) ทั้งนี้การให้กู้ยืมเงินที่ผ่านมาส่วนใหญ่มักพิจารณาจากหลักทรัพย์ค้ำประกัน อย่างไรก็ตามปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านการเงินยังคงมีอยู่โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งบทบาทต่อไปของรพท. น่าจะให้ความสำคัญกับการเสริมสร้าง

ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งสินเชื่อสถาบันการเงิน คำนึงถึงขนาดบัญชี ประเภท และสถานะของธุรกิจเมื่อมีการจัดทำนโยบายสินเชื่อ ส่งเสริม/พัฒนาระบบการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ความเข้าใจข้อมูลการเงินรวมทั้งหาแนวทางสนับสนุนและพัฒนาหน่วยการเงินย่อยที่ไม่เป็นทางการที่มีอยู่(Micro-finance unit)

ซึ่งมีความสอดคล้องในงานวิจัย ชื่นจิตร อังวรารวงศ์และนนิตย์จันทร์จรัส (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัญหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย” โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการSMEs และเจ้าหน้าที่สถาบันการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการMEs จะใช้แหล่งเงินทุนของตนเองร่วมกับเงินกู้จากสถาบันการเงิน คิดเป็นร้อยละ 31.9 รองลงมาคือ ใช้เงินทุนของตนเองเงินทุนของตนเองร่วมกับเงินกู้จากญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 29.9 และร้อยละ 17.1 ตามลำดับ ในส่วนของวงเงินที่กู้ไปส่วนใหญ่ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในกิจการร้อยละ 18.3 รองลงมาคือใช้ซื้อสินค้า วัตถุดิบ และให้เครดิตลูกค้า ในส่วนปัญหาของแหล่งเงินทุนของSMEs ทางด้านสถาบันการเงิน พบว่า ความต้องการหลักทรัพย์ค้ำประกัน เงื่อนไขการให้สินเชื่อยุ่งยาก และระยะเวลาในการขอสินเชื่อนาน เป็นปัญหาที่พบในระดับมาก ส่วนปัญหาด้านไม่มีนโยบายในการสนับสนุน SMEs อัตราดอกเบี้ยสูง ระยะเวลาในการชำระคืนเงินกู้สั้นไป และไม่มี การให้คำปรึกษาแนะนำด้านสินเชื่อ เป็นปัญหาระดับปานกลางทางด้านผู้ประกอบการ พบว่า ความต้องการหลักทรัพย์ในการค้ำประกัน ขาดความน่าเชื่อถือจากสถาบันการเงิน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน และขาดประสบการณ์ในธุรกิจ เป็นปัญหาที่พบในระดับมาก ส่วนปัญหาด้านไม่มีแผนการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน

นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องในงานวิจัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องลักษณะการประกอบการและปัญหาอุปสรรคของ SMEs ไทยโดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs รวมถึงผู้บริหารภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ผลการศึกษาพบว่าแหล่งที่มาของทุนที่ใช้ประกอบกิจการส่วนใหญ่มาจากเงินทุนส่วนตัวคิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมาคือ กู้ยืมจากญาติพี่น้องและสถาบันการเงินคิดเป็นร้อยละ 20.8 และร้อยละ 15.5 ตามลำดับ สำหรับแหล่งเงินทุนหมุนเวียนส่วนใหญ่มาจากแหล่งทุนส่วนตัวของกิจการและกำไรสะสมรวมกันถึงร้อยละ 60.0รองลงมาคือ ธนาคารพาณิชย์หรือบริษัทเงินทุน คิดเป็นร้อยละ 16.3 ส่วนสถาบันการเงินเฉพาะกิจมีเพียงร้อยละ 1.2 ทั้งนี้ สาเหตุ ที่มีการใช้เงินทุนจากแหล่งสถาบัน

การเงินน้อยเมื่อเทียบกับเงินทุนส่วนตัวของกิจการเนื่องจากผู้ประกอบการบางส่วนไม่ต้องการกู้ยืมเงิน และบางส่วนเคยใช้เงินกู้แต่ประสบปัญหาและอุปสรรค กล่าวคือ ต้นทุนการกู้ยืมสูง สถาบันการเงินลดวงเงินสินเชื่อ ขั้นตอนหลักฐานเอกสารที่ใช้ในการขอสินเชื่อยุ่งยาก และต้องใช้เวลาเนิ่นนานด้านวัตถุประสงค์ของการใช้วงเงินสินเชื่อเพื่อการค้า ส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนรองลงมาคือ เพื่อขยายกิจการ ขยายตลาด และปรับปรุงกิจการ สำหรับปัญหาด้านมาตรการสนับสนุนการเงินแก่ SMEs ที่พบ คือ(1) การประชาสัมพันธ์ยังไม่ชัดเจนและไม่ทั่วถึง (2) ขั้นตอนการให้การสนับสนุนมีระเบียบข้อบังคับยุ่งยากและซับซ้อน(3) มาตรการที่สนับสนุนยังไม่ชัดเจน บรรลุวัตถุประสงค์ได้น้อย(4) ให้การสนับสนุน SMEs ยังไม่เท่าเทียมกัน เน้นให้การช่วยเหลือในภาคการผลิต มากกว่าภาคการค้าและการบริการ จึงมีข้อเสนอแนวทางการปรับปรุงมาตรการสนับสนุนด้านเงินทุนแก่ SMEs ดังนี้ (1) ลดการให้ความสำคัญกับการใช้หลักทรัพย์ค้ำประกันสินเชื่อ (2) เพิ่มวงเงินสินเชื่อ (3) ลดขั้นตอนในการติดต่อขอรับเงินสนับสนุน (4) ให้บริการที่รวดเร็ว และเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากรที่ทำงาน (5) กำหนดมาตรการให้ชัดเจนมากขึ้น(6) ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้

ยังมีความสอดคล้องในงานวิจัย ธนากรแห่งประเทศไทย (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาวะปัญหาสภาพคล่อง SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการ SMEs ภาคอุตสาหกรรมภาคการค้า และภาคบริการ รวมทั้งภาครัฐและสถาบันการเงินที่เกี่ยวข้องกับ SMEs ผลการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของเงินทุนของ SMEs มีทั้งภายในและภายนอกกิจการ ผู้ประกอบการหลายรายมีแหล่งเงินทุนมากกว่าหนึ่งแห่ง โดยแหล่งเงินลงทุนส่วนใหญ่มาจากเงินทุนส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 48.2 รองลงมาคือ ธนากรพาณิชย์ และญาติพี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 44.3 และร้อยละ 24.9 ยังมีความสอดคล้องในงานวิจัย นกมล สฤษดิสุข (2543) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “แหล่งเงินทุนเพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดย่อมในประเทศไทย” ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในการขอกู้เงินจากแหล่งเงินทุน คือผู้ถูกเอาเปรียบในด้านอัตราดอกเบี้ย และถูกปฏิเสธการให้กู้เนื่องจากไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกันหรือมีแต่ไม่เพียงพอสถาบันการเงินส่วนใหญ่ให้เฉพาะเงินกู้ระยะสั้นและไม่สนับสนุนอย่างเต็มที่เนื่องจากเห็นว่ามีความเสี่ยงสูงและไม่คุ้มค่าใช้จ่ายจึงมีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ ดังนี้ (1) ยกฐานะของสำนักงานธนกิจฯ ขึ้นเป็นสถาบันการเงินของรัฐในรูปแบบรัฐวิสาหกิจโดยมีเงินทุนให้กู้ยืมมาก

เพียงพอและเพิ่มวงเงินกู้ยืมไม่เกิน 3 ล้านบาท และให้ขยายสาขาการบริการออกไปทั่วทุกภาคของประเทศ รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ทราบโดยทั่วถึงกัน

(2) ใช้มาตรการช่วยเหลือผู้กู้โดยมีโครงการค้ำประกันสินเชื่อให้เข้าซื้อเครื่องจักร หรือ อสังหาริมทรัพย์อื่นๆ (3) ธนาคารแห่งประเทศไทยควรกระตุ้นให้สถาบันการเงินของเอกชน

สนับสนุนและช่วยเหลือด้านการเงินแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมให้มากขึ้น เช่น การรับช่วงซื้อลดตัว สัญญาใช้เงินจากธนาคารพาณิชย์และบริษัทเงินทุน ลดอัตราส่วนเงินสดสำรองตาม

กฎหมายและระเบียบธนาคารพาณิชย์บางส่วนลง เพื่อให้ธนาคารพาณิชย์สามารถปล่อยเงินกู้ระยะยาวแก่อุตสาหกรรมขนาดย่อมได้

ยังมีความสอดคล้องในงานวิจัย พัฒนา กันยานนท์ (2543) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงราย พบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ทำให้เกิด NPL อย่างมีนัยสำคัญ มี 8 ตัว คือ (ก) โอกาสเป็น NPL น้อย คือ (1) อาชีพมั่นคง (2) ประสบการณ์การทำงานมาก (3) ระดับรายได้สูง (4) ภาระหนี้ในสถาบันการเงินอื่นหลายสถาบัน (5) วัตถุประสงค์ของการขอกู้ไปทำธุรกิจ (ข) โอกาสเป็น NPL มาก (6) ภาระหนี้คงเหลือมาก (7) วงเงินกู้น้อย (8) จำนวนกิจการของลูกหนี้หลายแห่ง (ค) ไม่มีผลกระทบ คือ อายุและระยะเวลาในการกู้

นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องในงานวิจัย วรสิทธิ์ โนนานนท์ (2543) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้เงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารพาณิชย์แห่งหนึ่งในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่” ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่สามารถอธิบายปัจจัยที่ทำให้เกิดการค้างชำระหนี้เงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยที่มีนัยสำคัญมี 5 ตัว โดย ธนาคารควรมีการกำหนดหลักเกณฑ์ในการให้สินเชื่อ ดังนี้ (1) ผู้กู้ควรมีอาชีพที่มีเงินเดือนหรือรายได้ประจำแน่นอน อายุผู้กู้ควรสูงกว่า 31 ปี (2) ผู้กู้ควรเปิดเผยรายได้และรายจ่ายเป็นจริง (3) วงเงินกู้ไม่เกิน 500,000 บาท (4) ควรกำหนดระยะเวลาผ่อนชำระหนี้คืนไม่เกิน 10 ปี (5) ธนาคารต้องตรวจสอบลูกหนี้ให้ใช้เงินตามวัตถุประสงค์

ยังมีความสอดคล้องในงานวิจัย อนันต์ บุญมหาธนกร (2540) ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นหนี้ค้างชำระสินเชื่อกรุงไทยธนวิทย์” ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติ คือ (1) เป็นผู้กู้ที่มีหนี้ค้างชำระหนี้มาก คือ ตั้งแต่ 500,000 บาทขึ้นไป (2) เป็นผู้มีสถานภาพ

การสมรส หย่า และหม้าย (3) ผู้กู้มีอาชีพข้าราชการครูและข้าราชการอำเภอ (4) มีรายได้มากกว่า 8,000 บาทขึ้นไป (5) มีอายุงานตั้งแต่ 14 ปีขึ้นไป (6) เคยมีการโอนย้ายในรอบ 5 ปี ประมาณ 3 ครั้ง ทำให้ขาดการวางแผนทางการเงินที่ดี (7) มีผู้ค้ำประกันเป็นผู้มีรายได้อยู่ในระดับต่ำ

5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการสำรวจพื้นที่ผู้วิจัยได้สรุปข้อมูลเพื่อเป็นวิสัยทัศน์ ในการปรับตัวของ SMEs ไทย ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) พบว่า มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ผู้วิจัยพบว่าศักยภาพในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการบูรณาการร่วมกัน โดยมีข้อเสนอแนะให้กับ หน่วยงานภาครัฐ ใน ระดับกระทรวง สถาบันการเงิน และผู้ประกอบการ ให้การประสานร่วมมือในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในการ และในส่วนด้านอื่นๆ ควรมีการประสานงานและความรับผิดชอบอย่างชัดเจน

2. ผลการศึกษา ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้แก่ ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ ด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ ด้านความถูกต้อง ด้านความชัดเจน ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสมบูรณ์) มีความสัมพันธ์ในระดับสูง กับระดับศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ผู้วิจัยขอเสนอแนะ การบริหารจัดการที่ดีและปรับกลยุทธ์ในการส่งเสริมในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เช่น บริการรูปแบบใหม่ๆ ทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น ทางอินเทอร์เน็ต เพื่อยกระดับศักยภาพในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ให้สูงขึ้น

3. ผลจากการศึกษาถึง ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้เกิดข้อคิดและประเด็นแนวทางในการปรับปรุง เพื่อให้เกิดการนำหลักการบริหารจัดการที่ดีในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ได้แก่ ด้านการลงทุน ด้าน

บุคลากร ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศด้านเทคโนโลยีและด้านการสื่อสาร ภาษาอังกฤษ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน (AEC)

4. ผลจากการที่ศึกษาในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ทำให้เกิดประเด็นและข้อบกพร่องที่เกิดจากการทำการวิจัย ที่สามารถนำมาปรับในพื้นที่อื่นๆ ต่อไปในจังหวัดอื่นๆ ในประเทศไทย มาวิเคราะห์ถึงปัญหาและส่งเสริมจุดเด่นให้เกิดศักยภาพในการสร้างรายได้เปรียบเทียบแข่งขันของ แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5. ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดแนวในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มีการผสมผสานแนวทางการพัฒนาให้เกิดเป็นรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดศักยภาพในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นอย่างดี

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยการนำ ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เชิงบูรณาการเพื่อสามารถ จัดการ ที่ผู้วิจัยนำเสนอมาดำเนินการศึกษาวิจัยกับกลุ่ม ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับในการ ปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) โดยตระหนักการ รองรับแผนการ ปฏิบัติการ

2. ควรนำแนวที่ศึกษามาแล้วเพื่อวิเคราะห์งานวิจัย ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อระดับศักยภาพในการปรับตัวของ SMEs ไทย ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

3. ควรนำผลของปัจจัยภายใน และภายนอกต่างๆ เช่น การช่วยเหลือของภาครัฐ เศรษฐกิจ เพื่อปรับปรุงสร้าง ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ที่ เผยแพร่ไปทั่วโลก เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นในศักยภาพในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

4. ควรนำแนวทางการทำวิจัยเพื่อที่เชื่อมโยงกับการพัฒนาในการปรับตัวของ SMEs ไทย
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อให้การบริหารจัดการและพัฒนาสู่สายตานานาประเทศ
ต่อไป

5. เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในแขนงอื่นๆ ให้เกิดศักยภาพในการปรับตัวของ
SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) มีเชื่อมั่นได้อย่างดียิ่งต่อไป

ภาคผนวก



แบบสอบถามใช้ในการวิจัย

“การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)”

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของภาคนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด โดยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษา การปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” ดังนั้นข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยจะนำไปสรุปและนำเสนอเป็นภาพรวม ซึ่งจะไม่มีผลกระทบต่อท่านใดๆทั้งสิ้น แต่จะเกิดประโยชน์ในการพัฒนาการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” ผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามดังกล่าวจากท่าน และขอขอบคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

โดยคำถามจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับการการปรับตัวของ SMEs ไทย :ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ส่วนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทย
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ แบบสอบถามแบบเจาะจงพื้นที่เฉพาะ กรุงเทพมหานคร
ของผู้ตอบแบบสอบถาม กรุณาใส่เครื่องหมาย / ลงใน ☐ หน้าข้อที่ตรงกับความเป็นจริง

1. ตำแหน่ง

☐ ผู้ประกอบการ ☐ ผู้ให้บริการ.

2. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

3. อายุ

☐ 20-25 ปี

☐ 25-30 ปี

☐ 31-35 ปี

☐ 36-40 ปี

☐ 41-45 ปี

☐ มากกว่า 45 ปี

4. สถานภาพสมรส

☐ โสด

☐ สมรส

☐ หย่า/หม้าย

5. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรี

☐ ปริญญาโท

☐ สูงกว่าปริญญาโท

ส่วนที่ 2 ปัจจัยเกี่ยวกับการการปรับตัวของ SMEs ไทย : ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

คำชี้แจง โปรดเลือก (✓) ลงในช่องที่ ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ความที่ท่านมีความคิดเห็นที่เป็นจริงมากที่สุด โดย 5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย และ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ด้านเงินลงทุน					
6. การส่งเสริมให้ลงทุนในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น					
7. ส่งเสริมให้ SMEs ไทย มีการพัฒนาประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต ทั้งจากการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะความรู้ที่สูงขึ้น					
8. สนับสนุนเงินทุน SMEs เพื่อการลงทุนในการพัฒนา					

เทคโนโลยี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต					
9. ส่งเสริมการตลาด บูรณาการและสร้างเครือข่าย (Cluster) ในด้านการตลาด รวมทั้งเข้าถึงและจัดหาข้อมูลการตลาดกลุ่มประเทศอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ					
10. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ SMEs ไทยสามารถลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม) เพื่อลดต้นทุนกระบวนการผลิตทางด้านวัตถุดิบและปัจจัยด้านแรงงาน					
ด้านบุคลากร					
11. บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการศึกษาคือต่อในระดับสูงขึ้น					
12. เพิ่มบุคลากรและความรวดเร็วในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ					
13. บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้เข้ารับการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้					
14. พัฒนาหลักสูตรด้านภาษาต่างประเทศ (เช่น อังกฤษ จีน พม่า) ให้สอดคล้องกับความต้องการ					
15. บุคลากรได้รับการส่งเสริมสนับสนุนให้ศึกษาดูงานเพื่อพัฒนางานในหน้าที่					
ด้านนโยบายด้านเศรษฐกิจ/ การค้าของประเทศ					
16. มีวางแผนที่รองรับตามแผนยุทธศาสตร์ทางประชาคมอาเซียนเป็นอย่างดี					
17. การสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลในอาเซียนด้านหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง					
18. การทำความเข้าใจและดำเนินการประสานงานระหว่างภาครัฐกันเองให้มากขึ้น และใช้ กฎที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน					
19. พัฒนาวางแผนนโยบายด้านการตลาด ในลักษณะเชิงรุกเพื่อเปิดตลาดในประเทศอาเซียน					
20. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐด้านการอำนวยความสะดวก					

พิธีศุลกากร ระบบสาธารณูปโภคมาตรฐานการค้า และ กฎระเบียบที่จำเป็นเพื่อรองรับการเปิดประเทศเข้าสู่ AEC					
21.รัฐบาลควรมีนโยบายในการดึงดูดการลงทุนจาก ต่างประเทศและมีมาตรฐานในการรองรับอย่างชัดเจน					
การปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	ระดับความคิดเห็น				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ด้านเทคโนโลยี					
22.การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมมากขึ้น ทั้งกระบวนการภายใน องค์กรและระหว่างภายในห่วงโซ่มูลค่า (Value chain)					
23. การเชื่อมต่อระบบขนส่งระหว่างประชาคมอาเซียน (เช่น ให้ ไทยเป็น Logistic Hub)					
24.มีการปรับระบบเทคโนโลยีในการเพิ่ม/ปรับปรุงทางหลวง อาเซียน					
25.ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพสินค้าและ บริการที่สร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดกลุ่มประเทศอาเซียน 10 ทั้งใน ด้านคุณภาพ การเข้าถึงกลุ่มลูกค้า (Customer preference)					
26.การนำระบบทันสมัยของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการสร้างและพัฒนาตราสินค้า (Thailand Brand)					
ด้านการสื่อสารภาษาความเข้าใจ					
27.มีการฝึกอบรมภาษาอังกฤษ เพื่อเป็นการติดต่อสื่อสารให้ มากขึ้น					
28.มีการพัฒนา ทักษะการเรียนรู้ศักยภาพในภูมิภาคใน อาเซียนเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและสื่อสารได้อย่างเข้าใจ					
29. มีการจัดโครงการแลกเปลี่ยนพนักงานเพื่อหาประสบการณ์					

และถ่ายทอดความเข้าใจให้เกิดความเข้าใจมากยิ่งขึ้น					
30.มีการประเมินผลของการใช้ภาษาที่ถูกต้องขององค์กรและมี สร้างกิจกรรมร่วมในการใช้ภาษาในการสื่อสาร					

ส่วนที่ 3 ปัจจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทย
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)

โดยใช้เครื่องหมาย (✓) ลงในช่อง ความที่ท่านมีความคิดเห็นที่เป็นจริงมากที่สุด โดย 5 = มี
ศักยภาพมากที่สุด 4 = มีศักยภาพมาก 3 = มีศักยภาพปานกลาง 2 = มีศักยภาพน้อย และ 1 = มี
ศักยภาพน้อยที่สุด

ปัจจัยการบริหารจัดการ 7Cs ในการปรับตัวของ SMEs ไทยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	ระดับศักยภาพ				
	5 มากที่สุด	4 มาก	3 ปานกลาง	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
ด้านการสื่อสารให้เข้าใจได้ (Communicate)					
31มีการให้ทราบถึงข้อมูลโดยความสมบูรณ์ในที่นี้จะหมายถึง ความสมบูรณ์ของรายละเอียดต่างๆทั้งหมดในธุรกิจ Sme					
32สื่อแผนการเงินวิธีการดำเนินการต่างๆของธุรกิจในแผนการ ตลาด แผนบริหารจัดการ แผนการผลิตหรือแผนบริการ ซึ่งสิ่ง ต่างๆที่กำหนดขึ้นนี้จะป็นต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายของกิจการ					
ความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercial)					
33. การให้ความร่วมมือ การจัดการ การอำนวยความสะดวก การให้กำลังคนสนับสนุน เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายและ การตกลงกันระหว่างผู้ให้และผู้รับ					
34.การลงทุนด้วยเงินสดหรือทรัพย์สินของอย่างอื่น ไปเพื่อ กิจกรรมหนึ่ง โดยหวังผลทางการค้า ทั้งนี้การเป็นผู้สนับสนุน จะมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์กับกับกิจกรรมนั้น ๆ ด้วย					
ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive)					
35.ทำให้เกิดความแตกต่างในของผู้ประกอบการ SMEs ใน การสร้างรายได้เปรียบ เช่น มีโครงการที่ใหม่และสามารถ					

สร้างผลกำไรได้ดี					
36.มียอดขาย เป้าหมายที่เกิดขึ้นได้จริง					
Correct (ความถูกต้อง)					
37.ความถูกต้องของข้อมูลที่บรรจุอยู่ในแผน ตรงตามมาตรฐานสากล					
38.มีความถูกต้องของผู้ประกอบธุรกิจยิ่งขึ้น					
Clear (ความชัดเจน)					
39.ผู้ประกอบการสามารถถ่ายทอดความคิดออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรได้					
40.ความเป็นจริงแล้วธุรกิจนั้นอาจเป็นธุรกิจที่ดีมีอนาคต หรือผู้ประกอบการ มีความสามารถ ในการบริหารจัดการ ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ถ้าได้มีโอกาสดำเนินธุรกิจก็ตาม					
Convince (ความน่าเชื่อถือ)					
41.มีการเสนอต่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน เนื่องจากการตัดสินใจในการให้การสนับสนุนนั้น					
42.มีศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบในการบริหารธุรกิจ และสร้างความมั่นใจในสถานทางผลประกอบการ					
Complete (ความสมบูรณ์)					
43.ความสามารถ ในการบริหารจัดการ ให้ธุรกิจ ประสบความสำเร็จได้ถ้าได้มีโอกาสดำเนินธุรกิจ					
44.ความเป็นเหตุเป็นผล มีความสอดคล้องใน แผนงาน ต่างๆ ซึ่งแสดงถึงควมมีประสิทธิภาพ					
45.ผลลัพธ์ทางการเงินถือเป็นตัววัดผลประกอบการของธุรกิจ ในการสร้างรายได้ให้กับ กิจการมียอดขายกำไรตามเป้าหมาย					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในโอกาสนี้
ผู้ทำวิจัย

ภาคผนวก ข



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล เบญจวรรณ เภาไพบูลย์

สถานที่ทำงาน ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)

ที่อยู่ 7/130-137 ถ.บรมราชชนนี แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย กรุงเทพฯ 10700

ปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

พ.ศ. 2537

ปริญญาโท -

2554 คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการเงิน
มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด