

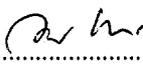
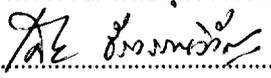
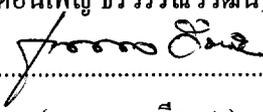
ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิฑูร เจียมจิตต์ตรง

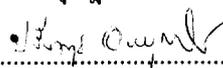
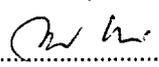
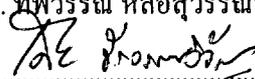
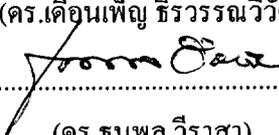
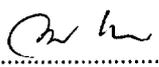
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

2553

ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
วิฑูร เจียมจิตต์ตรง
คณะรัฐประศาสนศาสตร์

รองศาสตราจารย์..... ..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ดร. ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์)
รองศาสตราจารย์..... ..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. เดือนเพ็ญ ชีรวรรณวิวัฒน์)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์..... ..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร. ชนพล วีราสา)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาแล้วเห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ดุสิตบัณฑิต

รองศาสตราจารย์..... ..... ประธานกรรมการ
(ดร. ปรียานุช อภินุณ โยกาส)
รองศาสตราจารย์..... ..... กรรมการ
(ดร. ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์)
รองศาสตราจารย์..... ..... กรรมการ
(ดร. เดือนเพ็ญ ชีรวรรณวิวัฒน์)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์..... ..... กรรมการ
(ดร. ชนพล วีราสา)
รองศาสตราจารย์..... ..... คณบดี
(ดร. ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์)

กันยายน 2553

บทคัดย่อ

| | |
|-----------------|---|
| ชื่อวิทยานิพนธ์ | ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม |
| ชื่อผู้เขียน | นายวิฑูร เจียมจิตต์ตรง |
| ชื่อปริญญา | รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต |
| ปีการศึกษา | 2553 |

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทำความเข้าใจเรื่องมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถึงแม้ว่าในช่วงเวลากว่าสามทศวรรษที่ผ่านมาภาวะผู้ประกอบการจะได้รับการศึกษาค้นคว้าเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังไม่มีข้อสรุปเป็นทฤษฎีภาวะผู้ประกอบการที่ยอมรับโดยทั่วกันเพื่อนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ที่มีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับบริบทประเทศไทย คำถามของการวิจัยครั้งนี้คือ ภาวะผู้ประกอบการมีองค์ประกอบอะไรบ้างและมีความสัมพันธ์กับผลการประกอบการของวิสาหกิจอย่างไร

จากนิยามความหมายภาวะผู้ประกอบการและจากความสอดคล้องของฐานคติภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อฐานคติของทฤษฎีต่างๆ สรุปได้ว่าองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการนั้นสามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีหลายๆด้านรวมกัน ได้แก่ ทฤษฎีภาวะผู้นำ ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร และทฤษฎีการรู้จัก ภาวะผู้ประกอบการจึงประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้านคือปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยเหล่านี้ได้ร่วมกันทำหน้าที่เป็นตัวแทนของภาวะผู้ประกอบการไปพร้อมกัน

การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้ประกอบการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้ข้อมูลจากการสำรวจด้วยแบบสอบถามทางไปรษณีย์จากกลุ่มวิสาหกิจอุตสาหกรรมจำนวน 125 แห่งในประเทศไทยและวิเคราะห์ความเป็นเหตุเป็นผลโดยโปรแกรมตัวแบบสมการ โครงสร้าง การทดสอบตัวแบบการวัดภาวะผู้ประกอบการกับผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยืนยันในเชิงประจักษ์ว่าปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ

(4)

ทั้ง 4 ด้านเป็นองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการ การทดสอบตัวแบบสมการโครงสร้างพบว่า ภายในภาวะผู้ประกอบการนั้น ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจฯ เป็นปัจจัยเริ่มต้นที่มีผลต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจ และปัจจัยทั้งสองนี้จะมีอิทธิพลต่อภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการที่มีผลต่อไปยังผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

งานวิจัยชิ้นนี้ได้สร้างความเข้าใจได้ว่า วิธีการหนึ่งที่จะทำให้ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีกำไร เติบโต และความมั่นคงนั้น สามารถทำได้โดยการพัฒนาภาวะผู้ประกอบการให้กับวิสาหกิจ นอกจากนั้นแล้วในด้านนโยบาย การวัดระดับความสามารถภาวะผู้ประกอบการทำให้หน่วยงานภาครัฐมีเครื่องมือในการบ่งชี้และติดตามความสามารถในการประกอบการของวิสาหกิจฯ ได้สะดวกและมีประสิทธิผลมากกว่าการติดตามผลประกอบการซึ่งเป็นตัวชี้วัดผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นแล้ว

ABSTRACT

| | |
|------------------------------|---|
| Title of Dissertation | The Influence of Entrepreneurship to Small and Medium - Sized Enterprises Performance |
| Author | Mr. Widhoon Chiamchitrong |
| Degree | Doctor of Public Administration |
| Year | 2010 |

This dissertation aims to contribute to research on entrepreneurship perspective effecting to small and medium-sized enterprises. Although in the last three decades, researches on entrepreneurship have been widely studied, but agreement on theory of entrepreneurship is still far from a consensus; in particular for explaining firm performance. The overall research questions of the dissertation are: what factors constitute entrepreneurship?, and what is the relationship between entrepreneurship and firm performance?.

Entrepreneurship definition and its related assumptions prove compliance that the entrepreneurship is a multi-faceted theoretical phenomenon from leadership theory, strategic management theory, cognitive theory and resource-based theory. Thus it is posited that the factors of entrepreneurship comprise entrepreneurial leadership, entrepreneurial strategic decision makings, entrepreneurial opportunity recognition and entrepreneurial opportunity exploitation. These factors are simultaneously activating the entrepreneurship.

The hypotheses are tested using mail-surveyed data from 125 SME firms from various Thai industrial sectors. Analysis done by AMOS structural equation modeling software empirically proves that the opportunity recognition is the starting factor affecting both factors of opportunity exploitation and strategic decision makings. In consequence, the latter two factors have influence on entrepreneurial leadership which has an ultimate effect to firm performance of small and medium-enterprises.

(6)

This dissertation contributes to the understanding of the entrepreneurship as a factor that has a positive influence to the performance of small and medium-sized enterprises. The results of the dissertation support a claim to a policy of improvement of entrepreneurship for SMEs' sustainable growth. Also, measurement of firm entrepreneurship would be a key leading alternative indicator to observe firm performance.

กิตติกรรมประกาศ

ความสำเร็จของวิทยานิพนธ์เรื่องปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนี้ เสมือนเป็นงานวิจัยที่คล้ายกับการทำหน้าที่ภาวะผู้ประกอบการของผู้วิจัยที่มุ่งเน้นไปหาเป้าหมายแห่งความสำเร็จ ด้วยการใช้องค์ความรู้ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การหาโอกาสและการใช้โอกาส ในช่วงระยะเวลาที่เต็มไปด้วยคุณค่าทางวิชาการจนทำให้งานนี้มีผลลัพธ์ต่อคำถามการวิจัยตามที่ผู้วิจัยมีความต้องการได้สมบูรณ์มากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ ด้านวิชาการ ทฤษฎีและแนวคิดการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนพล วีราสา ที่ให้คำปรึกษาแนะนำองค์ความรู้ด้านภาวะผู้ประกอบการ รองศาสตราจารย์ ดร.เดือนเพ็ญ ชีววรรณวิวัฒน์ ที่ให้ข้อเสนอแนะในด้านระเบียบวิธีวิจัย การวิเคราะห์ทางสถิติในงานวิจัยสำเร็จ และรองศาสตราจารย์ ดร.ปริญญช อภิภูณโยภาส ที่ได้กรุณาเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และให้ความเห็นเพิ่มเติมจนทำให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์มากที่สุด

ในระหว่างการวิจัย ผู้วิจัยได้พบปะผู้คนเป็นจำนวนมาก เพื่อแลกเปลี่ยนแนวความคิดในเรื่องภาวะผู้ประกอบการ ได้รับข้อคิด คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ นอกจากนั้นก็ได้นำเอาความรู้ด้านภาวะผู้ประกอบการที่กำลังวิจัยไปแนะนำผู้เข้าฝึกอบรมเพื่อเป็นผู้ประกอบการใหม่ ทำให้เห็นมุมมองตอบรับที่ได้นำมาเพิ่มเติมงานวิจัยด้วย ขอขอบคุณบุคคลที่ไม่ได้เอ่ยนามจำนวนมากเหล่านี้ไว้ ณ ที่นี้ด้วย

นอกจากนั้นผู้วิจัยขอขอบคุณคณาจารย์และบุคลากรของคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ทุกท่านที่ได้ช่วยให้ผู้วิจัยได้พัฒนาความคิดมุมมองใหม่ด้านวิชาการ นับตั้งแต่ได้เข้ามาศึกษา และขอขอบคุณเพื่อนปริญญาเอกพร้อมทุกท่านที่ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และให้ความช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดเวลา

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณครอบครัว ที่ได้กรุณาสละความสุขส่วนตัว ให้เวลากับผู้วิจัยอย่างเต็มที่จนงานวิจัยสำเร็จตามวัตถุประสงค์

วิฑูร เจียมจิตต์ตรง

ตุลาคม 2553

สารบัญ

| | หน้า |
|---|-----------|
| บทคัดย่อ | (3) |
| ABSTRACT | (5) |
| กิตติกรรมประกาศ | (7) |
| สารบัญ | (8) |
| สารบัญตาราง | (11) |
| สารบัญภาพ | (13) |
| | |
| บทที่ 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 สภาพและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 คำถามการวิจัย | 4 |
| 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย | 5 |
| 1.4 ขอบเขตการศึกษา | 6 |
| 1.5 ข้อจำกัดในการศึกษา | 6 |
| 1.6 ประโยชน์ของการศึกษาวิจัย | 7 |
| 1.7 คำนียามศัพท์ | 8 |
| 1.8 โครงสร้างวิทยานิพนธ์ | 10 |
| บทที่ 2 สถานะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย | 11 |
| 2.1 ความเป็นมาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 11 |
| 2.2 การพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย | 13 |
| 2.3 แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย | 19 |
| 2.4 บทบาททางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมของไทย | 22 |
| 2.5 ผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย | 25 |
| 2.6 สรุป | 29 |
| บทที่ 3 การทบทวนวรรณกรรม | 31 |

| | | |
|----------------|--|------------|
| 3.1 | ทฤษฎีผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 31 |
| 3.2 | ปัจจัยที่มีผลต่อประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 40 |
| 3.3 | ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการ | 45 |
| 3.4 | ทฤษฎีภาวะผู้นำ | 56 |
| 3.5 | ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ | 62 |
| 3.6 | ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร | 66 |
| 3.7 | ทฤษฎีการรู้จัก | 70 |
| 3.8 | องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ | 73 |
| 3.9 | สรุป | 77 |
| บทที่ 4 | กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย | 79 |
| 4.1 | กรอบแนวคิดการวิจัย | 79 |
| 4.2 | สมมติฐานการวิจัย | 82 |
| 4.3 | สรุป | 88 |
| บทที่ 5 | ระเบียบวิธีวิจัย | 89 |
| 5.1 | รูปแบบการวิจัย (Research Design) | 89 |
| 5.2 | หน่วยในการวิเคราะห์ | 90 |
| 5.3 | ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง | 91 |
| 5.4 | ตัวแปร นิยามปฏิบัติการ และมาตรวัด | 92 |
| 5.5 | แบบสอบถาม | 104 |
| 5.6 | วิธีการทางสถิติ | 105 |
| 5.7 | สรุป | 106 |
| บทที่ 6 | การวิเคราะห์และผลการวิเคราะห์ | 108 |
| 6.1 | ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจตัวอย่างและผู้ตอบแบบสอบถาม | 108 |
| 6.2 | การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบกรอบแนวคิดและสมมติฐาน | 128 |
| 6.3 | การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง | 149 |
| 6.4 | สรุป | 160 |
| บทที่ 7 | สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 163 |
| 7.1 | องค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม | 163 |

| | |
|--|------------|
| 7.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภาวะผู้ประกอบการกับผลการประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 167 |
| 7.3 การอภิปรายสรุปผลการศึกษา | 175 |
| 7.4 คุณค่าการศึกษา | 177 |
| 7.5 ประโยชน์ของการศึกษา | 180 |
| 7.6 ข้อจำกัดของการวิจัย | 182 |
| 7.7 ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต | 183 |
| 7.8 สรุป | 184 |
| บรรณานุกรม | 185 |
| ภาคผนวก | |
| ภาคผนวก ก แบบสอบถาม | 196 |
| ภาคผนวก ข คำตอบต่อข้อคำถาม “ท่านคิดว่าการทำให้วิสาหกิจมีผลประกอบการ ที่ดี ผู้ประกอบการควรทำหน้าที่อะไร” | 206 |
| ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์ตัวแบบการวัด | 215 |
| ภาคผนวก ง ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัย | 222 |
| ประวัติผู้เขียน | 229 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | หน้า | |
|----------|--|-----|
| 1.1 | เกณฑ์กำหนดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 9 |
| 2.1 | ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 13 |
| 2.2 | ผลการพัฒนาตามเป้าหมายแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2545-2549) | 21 |
| 2.3 | จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระหว่างปี 2547-2549 จำแนกตามประเภทธุรกิจ | 23 |
| 2.4 | การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2547-2549 จำแนกตามประเภทธุรกิจ | 24 |
| 2.5 | มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศปี 2547-2549 จำแนกตามขนาดธุรกิจ | 25 |
| 2.6 | ขนาดของรายได้และการขยายตัวของวิสาหกิจไทย (หน่วย: ล้านล้านบาท) | 26 |
| 2.7 | กำไร อัตราการทำกำไรต่อยอดขาย และการขยายตัวกำไรของวิสาหกิจไทย ปี 2552 (หน่วย: ล้านบาท) | 27 |
| 2.8 | สัดส่วนต้นทุนในการผลิตและการให้บริการของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมปี 2551 (ร้อยละ) | 28 |
| 2.9 | กำไรและสัดส่วนต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2551 (เฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีมูลค่ากำไรสูง) | 30 |
| 3.1 | พัฒนาการของนิยามความหมายของ ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และนิยาม ความหมายของภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) | 49 |
| 3.2 | ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีกับภาวะผู้ประกอบการ | 55 |
| 3.3 | สำนักความคิดและแนวทางการศึกษาของทฤษฎีผู้นำ | 57 |
| 5.1 | ตัวแปร นิยามความหมาย และมาตรวัด | 96 |
| 6.1 | สถิติข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจตัวอย่าง | 112 |
| 6.2 | ข้อมูลโครงสร้างการบริหารงานของวิสาหกิจตัวอย่าง | 113 |
| 6.3 | ข้อมูลคุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม | 114 |

| | |
|---|-----|
| 6.4(ก) สถิติข้อมูลผลประกอบการด้านการเติบโต | 117 |
| 6.4(ข) สถิติข้อมูลผลประกอบการด้านการทำกำไร | 118 |
| 6.4(ค) สถิติข้อมูลผลประกอบการด้านความอยู่รอด | 119 |
| 6.5 สถิติข้อมูลภาวะผู้นำของวิสาหกิจตัวอย่าง | 121 |
| 6.6 สถิติข้อมูลการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจตัวอย่าง | 123 |
| 6.7 สถิติข้อมูลการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจของวิสาหกิจตัวอย่าง | 126 |
| 6.8 สถิติข้อมูลการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของวิสาหกิจตัวอย่าง | 127 |
| 6.9 ปัจจัยตัวแปรสังเกต ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (fFactor Loading) และค่า Communality | 130 |
| 6.10 การทดสอบการกระจายแบบปกติของตัวแปรสังเกตและการแปลงข้อมูล | 135 |
| 6.11 ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรสังเกต (Bivariate Correlation) | 137 |
| 6.12 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ความผันแปรสเกดเฉลี่ย และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง | 143 |
| 6.13 ค่าความสัมพันธ์ร่วมมาตรฐานระหว่างตัวสร้าง (Bivariate Correlation) | 144 |
| 6.14 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ความผันแปรสเกดเฉลี่ย และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง | 148 |
| 6.15 ค่าความสัมพันธ์ร่วมมาตรฐานระหว่างตัวสร้าง (Bivariate Correlation) | 149 |
| 6.16 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของเส้นทางความสัมพันธ์ และค่านัยสำคัญทางสถิติ | 153 |
| 6.17 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของเส้นทางความสัมพันธ์ และค่านัยสำคัญทางสถิติ | 158 |
| 6.18 ค่า R^2 ของตัวแปรสร้าง | 159 |
| 7.1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตองค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการ | 165 |
| 7.2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตผลประกอบการวิสาหกิจฯ | 167 |
| 7.3 ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ กับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 174 |

สารบัญญภาพ

| ภาพที่ | หน้า | |
|--------|---|-----|
| 3.1 | ตัวแบบองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการ | 77 |
| 4.1 | กรอบแนวคิดการวิจัย | 81 |
| 6.1 | ตัวแบบการวัด | 140 |
| 6.2 | ตัวแบบการวัดปรับปรุง | 147 |
| 6.3 | ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม | 157 |
| 6.4 | ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ตามกรอบการวิจัยที่ได้รับการปรับปรุง | 162 |
| 7.1 | ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม | 169 |
| 7.2 | ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ตามกรอบการวิจัยที่ได้รับการปรับปรุง | 170 |

บทที่ 1

บทนำ

1.1 สภาพและความสำคัญของปัญหา

ในหลายทศวรรษที่ผ่านมาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(Small and Medium-sized Enterprise - SME) ได้กลายเป็นหน่วยเศรษฐกิจที่มีจำนวนมากที่สุดในทุกประเทศ และยังเป็นประชากรด้านเศรษฐกิจที่มีจำนวนมากที่สุดในโลกอีกด้วยเช่นกัน วิสาหกิจกลุ่มนี้เป็นแหล่งสำคัญของระบบเศรษฐกิจในการสร้างผลผลิตและทำให้เกิดการจ้างงานเป็นจำนวนมากในทุกๆประเทศ จากการสรุปรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2550 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) พบว่า ประเทศที่พัฒนาแล้วได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และประเทศพัฒนาใหม่ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศไต้หวัน มีสัดส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากกว่าร้อยละ 99 ของจำนวนวิสาหกิจที่มีในแต่ละประเทศ และเกิดการจ้างงานโดยวิสาหกิจระดับนี้มากกว่าร้อยละ 50 ในประเทศสหรัฐอเมริกาและมากกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนการจ้างงานรวมในประเทศอื่นๆ นอกจากนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังเป็นหน่วยเศรษฐกิจที่สร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมให้กับแต่ละประเทศตั้งแต่ร้อยละ 30 ไปจนถึงร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศและมีแนวโน้มที่กำลังเติบโตมากขึ้น สำหรับประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2.37 ล้านรายคิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจทุกประเภท เกิดการจ้างงาน 8.8 ล้านคนคิดเป็นร้อยละ 76.7 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ และสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมได้ถึงประมาณร้อยละ 40 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550)

อย่างไรก็ตามภายใต้ความสำคัญทางเศรษฐกิจดังกล่าว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้มีลักษณะและข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างไปจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ จากข้อได้เปรียบในการแข่งขันบางประการเช่น การเริ่มต้นทำธุรกิจได้รวดเร็ว ความยืดหยุ่นในการประกอบธุรกิจและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาดเฉพาะ (Niche Market) เป็นต้น แต่วิสาหกิจที่มีขนาดเล็กเหล่านี้ส่วนมากล้วนแล้วแต่จะพบอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจเกือบทุกด้าน ตั้งแต่เรื่อง การขาดแคลนเทคโนโลยี การขาดเงินทุนในการพัฒนาและวิจัย การเข้าไม่ถึงแหล่งเงินทุน

และที่สำคัญก็คือการบริหารจัดการกิจการที่ขาดแคลนบุคลากร ส่งผลให้ส่วนมากไม่สามารถรักษาธุรกิจในระยะยาว และก้าวไปสู่การแข่งขันในระดับที่สูงขึ้นไปได้ วิชาธุรกิจในระดับนี้จำนวนมากจึงมีผลการประกอบการอยู่ในระดับที่ไม่ค่อยดี และในที่สุดก็ต้องเลิกกิจการไปหลังจากที่เริ่มดำเนินกิจการได้ไม่นาน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2545)

โดยที่สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและสังคมโลกในยุคปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Kuratko and Hodgetts, 2007) ในกรณีของประเทศไทยนั้นจากเดิมที่ผลกระทบส่วนใหญ่ในการดำเนินกิจการจะมาจากปัจจัยที่ก่อเกิดจากสภาพแวดล้อมในประเทศและจากความสามารถในการประกอบการเอง ได้เพิ่มเอาปัญหาจากเรื่องระบบการค้าและการลงทุนเสรีจากภายนอกประเทศ การกีดกันทางการค้าด้วยมาตรการทางภาษีและไม่ใช่มาตรการทางภาษีเข้ามาด้วย ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยต้องปรับปรุงตัวเองเพื่อให้สามารถแข่งขันเพื่อการอยู่รอด วิชาธุรกิจในยุคเศรษฐกิจใหม่จึงต้องมีการประกอบการที่มีความสามารถ มีระบบการบริหารจัดการ มีแนวคิดและกระบวนการทัศน์ในการทำธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต เพราะการแข่งขันจำเป็นต้องสอดคล้องกับภาวะแวดล้อม ใช้ความรวดเร็วแทนการแข่งขันในเชิงขนาด ต้องการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และภูมิปัญญาความรู้มาประกอบกับการใช้เงินทุน ธุรกิจต้องการการเข้าถึงเครือข่ายและการสร้างความเชื่อมโยง และเน้นการให้ความสำคัญต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2545)

ประเทศต่าง ๆ ได้มองเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ ได้ทำการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในด้านปริมาณและด้านคุณภาพควบคู่กันไป เช่นเดียวกับกับของประเทศไทย โดยประเทศของเราได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ ขณะที่กระบวนการในการพัฒนาผู้ประกอบการให้เข้มแข็งได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ได้มีการเพิ่มแผนการดำเนินการมากยิ่งขึ้น(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) จากสถิติของการจัดตั้งวิสาหกิจในประเทศไทยในแต่ละปีจะเห็นได้ว่ามีจำนวนการจัดตั้งวิสาหกิจใหม่เฉลี่ยปีละกว่า 45,000 ราย และจากรายงาน Global Entrepreneurship Monitor ประจำปี ค.ศ. 2006 ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประชากรวัยทำงานที่มีส่วนร่วมในการก่อตั้งธุรกิจใหม่หรือระดับกิจกรรมความเป็นผู้ประกอบการ (Total Early-Stage Entrepreneurial Activity) อยู่ในระดับค่อนข้างสูง (Bosma and Harding, 2007) แต่ก็เป็นที่น่าวิตกที่กรมพัฒนาธุรกิจรายงานว่าวิสาหกิจที่ประกอบการอยู่จดทะเบียนขอยกเลิกกิจการเฉลี่ยปีละมากกว่า 20,000 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) โดยมีสาเหตุที่แตกต่างกัน ซึ่งแน่นอนว่าในจำนวนวิสาหกิจที่เลิกกิจการนี้ส่วนมากจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจดทะเบียน

ยกเลิกกิจการเป็นจำนวนมากย่อมไม่เป็นผลดีต่อสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างแน่นอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจ้างงาน

จากข้อมูลการก่อตั้งและการอยู่รอดของวิสาหกิจเบื้องต้น ทำให้เห็นว่าแม้จะมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนหนึ่งมีผลประกอบการที่ดีทำให้กิจการสามารถอยู่รอด เติบโตเจริญก้าวหน้าได้ แต่ก็มีวิสาหกิจอีกจำนวนไม่น้อยที่ต้องล้มเหลวทั้งๆที่วิสาหกิจเหล่านั้นบางกลุ่มประกอบธุรกิจอยู่ในสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ปัจจัยการดำเนินงานหลักด้านใดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลกระทบต่อผลการประกอบการทำให้เกิดความอยู่รอด งานการศึกษาวิจัยผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศนี้ของประเทศไทยยังมีจำนวนน้อย ส่วนมากเป็นการศึกษาในต่างประเทศ ซึ่งงานวิจัยหลายๆชิ้นพบข้อสรุปที่เหมือนกันประการหนึ่งว่า ผลการประกอบการนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญที่เชื่อมโยงกับตัวผู้ประกอบการ (Raymond and St-Pierre, 2003) โดยเฉพาะวิสาหกิจในระดับนี้ถูกมองว่าขับเคลื่อนโดยปัจจัยการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship-Driven) เนื่องจากลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นลักษณะที่มีบทบาทที่สำคัญมากต่อองค์กรเมื่อนำไปเทียบกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ การเป็นผู้ประกอบการมีอำนาจครอบคลุมการดำเนินกิจการทั่วทั้งองค์กรโดยไม่ขึ้นอยู่กับสายการบังคับบัญชา (Welsh and White, 1981) ในเชิงมโนทัศน์นั้นการสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจเป็นการดำเนินการผ่านกระบวนการการทำงานของภาวะการเป็นผู้ประกอบการ โดยวิสาหกิจจะต้องสร้างสิ่งใหม่ๆที่สามารถแข่งขันได้และกระทำสิ่งนั้นให้เกิดเป็นจริงได้ (Schumpeter, 1942) การดำเนินการในลักษณะนี้เกิดความสำเร็จขึ้นได้เป็นเพราะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับแรงกดดันจากความเสียเปรียบต่อวิสาหกิจขนาดใหญ่กว่าในเรื่องความไม่เพียงพอของทรัพยากรในทุกๆด้าน (Grimm, Lee and Smith, 2006) ซึ่งลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการนี้เองที่ทำให้ต้องตัดสินใจใช้กลยุทธ์ทางเลือกที่ดีที่สุดและมีส่วนรับผิดชอบอย่างมากต่อผลการประกอบการภายใต้ภาวะการณ์การขาดแคลนทรัพยากร อย่างไรก็ตามมีการศึกษาเชิงประจักษ์เป็นจำนวนน้อยที่ทำการวิจัยว่า ปัจจัยของภาวะการเป็นผู้ประกอบการที่เหมาะสมนั้นมีองค์ประกอบอะไรบ้าง และในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมองค์ประกอบเหล่านี้มีความสัมพันธ์กับผลประกอบการอย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบริบทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย ดังนั้นเพื่อเป็นการหาแนวทางในการสร้างและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศให้มีความยั่งยืน เพื่อการปรับปรุงผลการประกอบการและลดจำนวนการจดทะเบียนเลิกกิจการ จึงควรที่จะมีการศึกษาในเรื่องปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (The Influence of Entrepreneurship on SME Performance) อย่างจริงจังเพื่อที่จะนำเอาผลลัพธ์ที่ได้มาใช้เป็นแนวทาง

กำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการเป็นการเฉพาะ ซึ่งผลที่ได้รับตามมาคือการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศให้มีโอกาสสร้างผลการประกอบการที่ดีอย่างยั่งยืน เป็นการช่วยประเทศทางด้านเศรษฐกิจมหภาคทั้งในด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติและการจ้างงาน

1.2 คำถามการวิจัย

จากงานวิจัยหลาย ๆ ชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่าผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความเชื่อมโยงกับปัจจัยภาวะผู้ประกอบการตามที่กล่าวมาแล้วในช่วงต้น ดังนั้นในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนอกจากจะต้องทำความเข้าใจว่าผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่ามีลักษณะเป็นอย่างไรแล้ว ควรจะต้องทำการศึกษาภาวะในการเป็นผู้ประกอบการว่ามียุทธศาสตร์ประกอบเป็นอะไร แม้ว่าในเรื่องนี้จะมียานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาและสรุปได้ว่าในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา จะได้มีการศึกษาวิจัยเรื่องภาวะการเป็นผู้ประกอบการหรือ Entrepreneurship เป็นจำนวนมากแต่หมุ่่นักวิชาการก็ยังไม่สามารถสร้างข้อสรุปทางทฤษฎีที่ว่าด้วยภาวะผู้ประกอบการ (Theory of Entrepreneurship) ให้เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปได้ (Swedberg, 2007) ผลการศึกษาได้ยอมรับว่ามโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจ สร้างผลประกอบการที่ดีให้กับองค์กร เดิมมุมมองทั่วไปมักจะมองเห็นว่าตัวผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีลักษณะประจำตัวที่พิเศษกว่าผู้อื่น เนื่องมาจากมีความเชื่อว่าความสำเร็จของการประกอบกิจการของวิสาหกิจนั้นมีส่วนสำคัญมาจากตัวผู้ประกอบการเองมากกว่ามาจากเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ (Carter and Jones-Evans, 2000) มุมมองเช่นนี้จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้มีการทำการวิจัยเพื่อค้นหาบุคลิกลักษณะเฉพาะตัว (Personal Characteristics) ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จตามแนวทางของทฤษฎีผู้นำแบบอย่างวีรบุรุษ (Great Man Leadership Theory) หรือแบบคุณลักษณะผู้นำ (Trait Leadership Theory) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างหรือใช้ในการวินิจฉัยตัวผู้ประกอบการ ผลการศึกษาส่วนมากเน้นไปที่คุณลักษณะพื้นฐานประจำตัว (Personality Traits) เช่น เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์การทำงาน เป็นต้น แต่กลับพบว่าคุณลักษณะทั่วไปหรือคุณลักษณะพื้นฐานประจำตัวของผู้ประกอบการนั้นไม่ค่อยมีความแน่นอนและไม่เพียงพอในการอธิบายเชื่อมโยงผลการประกอบการที่เกิดจากตัวผู้ประกอบการได้ดี ระยะต่อมาความสนใจจึงได้มุ่งไปสู่พฤติกรรมหรือสิ่งที่ผู้ประกอบการในฐานะผู้ลงมือปฏิบัติ (Entrepreneur Behavior) ในขณะเดียวกันนักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่ง (Bygrave and Hofer, 1991; Shane and Venkataraman, 2000b) ได้มุ่งเน้นแนวทางการศึกษาไปในทิศทางคล้ายๆกันคือการไม่ให้ความสำคัญ

ค่อนิยาม คุณลักษณะของตัวผู้ประกอบการแต่มุ่งศึกษาไปที่กระบวนการที่ผู้ประกอบการปฏิบัติ หรือดำเนินการ (Entrepreneurial Process or Entrepreneurship) ซึ่งเป็นประเด็นที่สอดคล้องกับ Schumpeter ที่มองว่าผู้ประกอบการคือผู้ที่ลงมือกระทำ (Actor) เป็นผู้สร้างนวัตกรรม (Innovator) เป็นผู้ที่ดำเนินการสร้างความเปลี่ยนแปลงขององค์การ โดยการผสมผสานทรัพยากรเท่าที่มีอยู่มาใช้ ในการประกอบกิจการ เพื่อให้กิจการสามารถอยู่รอดในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนั้นๆ (Schumpeter, 1934) แนวทางใหม่นี้สอดคล้องกับข้อเท็จจริงที่การประกอบกิจการของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไปอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เสียเปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับ วิสาหกิจขนาดใหญ่กว่าในด้าน การเข้าถึงทรัพยากรต่างๆ แม้ทราบว่าตนเองมีจุดอ่อนอย่างไร แต่ก็ มีอุปสรรคไม่สามารถปรับตัวจัดหาทรัพยากรให้ทันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ได้ตามที่ ต้องการ วิสาหกิจขนาดนี้จึงจำเป็นต้องอาศัยความสามารถจากการผู้ประกอบการ (Grimm, et al., 2006) และกระบวนการทำงานอย่างผู้ประกอบการขององค์การในการสร้างความสามารถในการ แข่งขันเป็นการเฉพาะของวิสาหกิจของตนเอง โดยการสร้างโอกาสและใช้ทรัพยากรเท่าที่มีอยู่ที่ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้และทำการเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือวิธีการแข่งขันไปในแนวทางหรือ ทิศทางของตนเอง

จากความเป็นมาที่กล่าวมาข้างต้น จึงทำให้เกิดความต้องการในการทำความเข้าใจต่อปัญหา ในการวิจัยว่า มโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการนั้น คืออะไร มีองค์ประกอบใดที่แสดงถึงการมีภาวะ ผู้ประกอบการ และองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการดังกล่าวมีความสัมพันธ์ต่อผลประกอบการ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างไร ประเด็นปัญหาข้างต้นสามารถที่จะแยกออกเป็นข้อ ย่อยๆ เพื่อการค้นคว้าวิจัยภายใต้บริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ดังนี้

- 1) ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม มีองค์ประกอบอะไรบ้าง
- 2) องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับผลการ ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์หลักของการวิจัยครั้งนี้ก็เพื่อศึกษาค้นหาปัจจัยองค์ประกอบของภาวะ ผู้ประกอบการ และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของภาวะการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผล ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วก็จะมี วัตถุประสงค์เป็นข้อ ๆ ได้ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ที่ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยในระดับองค์การ โดยมีวิสาหกิจเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ การวิจัยเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้ประกอบการกับผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย โดยให้ความสำคัญไปที่การค้นหาค่าประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่าประกอบด้วยอะไรและมีผลกระทบอย่างไรต่อผลการประกอบการ แต่เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีลักษณะการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็นภาคอุตสาหกรรม ประกอบด้วย ภาคการผลิต ภาคบริการ ภาคการค้าและซ่อมบำรุง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) จึงสมควรเลือกการศึกษาผลการประกอบการของอุตสาหกรรมภาคใดภาคหนึ่งเสียก่อน เพื่อที่จะทำให้ทราบถึงปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจไทยได้อย่างถูกต้องในภาคนั้นก่อนที่จะขยายผลไปสู่ภาคอื่น ๆ

สำหรับประเทศไทยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากกว่า 2.37 ล้านราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) แบ่งกระจายออกเป็น 4 ภาคคือภาคการผลิตจำนวน 668,185 ราย (คิดเป็นร้อยละ 28.2) ภาคบริการ 708,841 ราย (คิดเป็นร้อยละ 30.0) ภาคการค้าและซ่อมบำรุง 973,248 ราย (คิดเป็นร้อยละ 41.1) และไม่ระบุภาค 159,532 ราย (คิดเป็นร้อยละ 0.7) และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียง 561,457 รายหรือร้อยละ 23.7 เท่านั้นที่จดทะเบียนนิติบุคคล เป็นวิสาหกิจที่อยู่ในภาคการผลิตเป็นส่วนมาก วิสาหกิจนิติบุคคลเหล่านี้เป็นวิสาหกิจที่ประกอบการอย่างต่อเนื่องและต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่จะมีคุณสมบัติที่เหมาะสม สามารถติดต่อ สัมภาษณ์และค้นหาข้อมูลเพื่อนำมาเป็นการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้ได้

1.5 ข้อยกเว้นในการศึกษา

ภายใต้ขอบเขตของการวิจัยครั้งนี้ มีข้อยกเว้นบางประการในการศึกษา ข้อยกเว้นเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่งานวิจัยในภายหน้าสามารถนำไปดำเนินการแก้ไขหรือปรับปรุงต่อไปได้

1) วิสาหกิจตัวอย่างที่ศึกษาเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากภาคอุตสาหกรรมการผลิตที่จดทะเบียนนิติบุคคลเท่านั้น เนื่องจากสามารถทำการสำรวจและเก็บข้อมูลปฐมภูมิทางไปรษณีย์ได้โดยตรง วิสาหกิจภาคอุตสาหกรรมอื่นๆยังไม่ได้อยู่ในขอบเขตการศึกษาวิจัยครั้งนี้

2) ฐานข้อมูลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีหลายหน่วยงานที่จัดทำ แต่ละแห่งมีข้อมูลที่แตกต่างกัน และยังอยู่ในระหว่างการปรับปรุงให้มีความทันสมัย การคัดเลือกฐานข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ จะทำให้ได้จำนวนประชากรสำหรับการศึกษามีจำนวนน้อยกว่าประชากรทั้งหมดที่มีอยู่

3) วิสาหกิจมีที่ตั้งกระจายอยู่ในพื้นที่หลายจังหวัด การสำรวจต้องส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ และการติดตามทางโทรศัพท์และอีเมลล์

4) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยงานที่ได้รับการร้องขอข้อมูลจากงานวิจัยอยู่เป็นประจำ การตอบแบบสอบถามมักจะต้องติดต่อทางโทรศัพท์เพื่อขอความร่วมมือ

อย่างไรก็ตามข้อจำกัดเหล่านี้แก้ไขได้ด้วยการขอความร่วมมือจากหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องกับงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เช่นสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เป็นต้น และจากการบริหารจัดการในการเก็บข้อมูลที่ดี ในขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง การจัดกลุ่มการคัดเลือกตัวอย่าง การให้คำชี้แจงแก่ผู้ประกอบการ และกระบวนการในการติดตาม

1.6 ประโยชน์ของการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้จะเป็นการสร้างมุมมองในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เน้นการศึกษาปัจจัยองค์ประกอบของการเป็นผู้ประกอบการหรือภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Process หรือ Entrepreneurship) ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งจะมีผลต่อผลประกอบการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดแนวทางวิธีการในการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการประกอบกิจการ ผลสุดท้ายที่องค์การจะได้รับก็คือผลการประกอบการอย่างยั่งยืน (Sustainable Performance) ที่ดีขึ้น ผลที่คาดว่าจะได้รับก็คือการได้ทราบว่าปัจจัยองค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการมีด้านใดบ้างที่มีส่วนต่อการพัฒนาวิธีการบริหารจัดการที่นำไปสู่ผลของการประกอบการได้ การศึกษายังจะเป็นการบอกให้ทราบว่าองค์ประกอบด้านใดของการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลในการดำเนินธุรกิจทำให้ผลประกอบการดีขึ้น

ในทางนโยบายแล้ว ผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะทำให้หน่วยงานของรัฐ เช่นสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธนาคารเพื่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรม

ส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม เป็นต้น หรือแม้แต่องค์กรเอกชน เช่นธนาคารพาณิชย์ สถาบันอุดมศึกษา หน่วยงานการฝึกอบรม เป็นต้น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีส่วนทำหน้าที่ส่งเสริมการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มองเห็นว่าปัจจัยใดที่รัฐหรือเอกชนควรที่จะส่งเสริมหรือเน้นให้มีการพัฒนาทั้งด้านคุณสมบัติของการเป็นผู้ประกอบการและการพัฒนาวิธีการบริหารจัดการที่จะมีผลต่อความสำเร็จในการประกอบกรที่ยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การวิจัยในเรื่องนี้จะเป็นการสร้างความชัดเจนต่อความเข้าใจที่มีต่อนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเน้นไปที่การพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินการธุรกิจเป็นเป้าหมายหลักที่สำคัญ พอๆกับการการมุ่งเน้นสร้างเพิ่มจำนวนวิสาหกิจและการสร้างผู้ประกอบการใหม่โดยทำการกำหนดคุณสมบัติในการดำเนินการของผู้ประกอบการและองค์การที่นำไปสู่ การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินการด้านการผลิตหรือให้บริการ ร่วมกับการจัดทำแผนธุรกิจ การมีนโยบายที่ดีในการสร้างผู้ประกอบการที่มีความสามารถจะเป็นการสร้างหรือพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยั่งยืนกว่าการให้ความช่วยเหลือตัวองค์กรวิสาหกิจเป็นรายโครงการ การดำเนินการพัฒนาการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลดีต่อความยั่งยืนในการประกอบกรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมอีกด้วย

สำหรับผลประโยชน์ที่ได้ในเชิงทฤษฎีนั้น ผลการวิจัยเชิงประจักษ์ที่ได้จากการศึกษาก็จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทฤษฎีการเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการไปอีกก้าวหนึ่งประการแรกในด้านการนำเสนอองค์ประกอบ (Element) ของปัจจัยในการดำเนินการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประการที่สองเป็นการนำเสนอองค์ประกอบของปัจจัยในการวัดผลประกอบการนอกเหนือจากตัววัดด้านการเงินที่มีประสิทธิผลในการชี้ให้เห็นถึงดัชนีชี้วัดการประกอบการที่ยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ และประการสุดท้ายเป็นการเพิ่มเติมให้เห็นแนวทางการพัฒนาวิธีการบริหารธุรกิจในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างไปจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ เป็นการกำหนดกรอบของการดำเนินการของภาวะผู้ประกอบการที่วิสาหกิจ โดยทั่วไปสามารถดำเนินการได้

1.7 คำนิยามศัพท์

ในเบื้องต้นคำนิยามศัพท์ในส่วนนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นต่อการทำความเข้าใจสิ่งที่ได้กล่าวถึงในเอกสารฉบับนี้ อย่างไรก็ตามในการวิจัยได้มีการเพิ่มเติมในรายละเอียดและประเด็นต่างๆที่เกี่ยวข้องเพื่อความเข้าใจที่มากขึ้น

1) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย หมายถึงกิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ และกิจการค้าส่งและค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศ เกณฑ์กำหนดควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่กำหนดขึ้นตามประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยเรื่องจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวร พ.ศ. 2545 ดังแสดงไว้ในตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 เกณฑ์กำหนดควิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

| ประเภทกิจการ | วิสาหกิจขนาดย่อม | | วิสาหกิจขนาดกลาง | |
|--------------|--------------------|----------------------------|--------------------|----------------------------|
| | การจ้างงาน (คน) | สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท) | การจ้างงาน (คน) | สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท) |
| ผลิตสินค้า | ไม่เกิน 50 | ไม่เกิน 50 | 51-200 | เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 200 |
| บริการ | ไม่เกิน 50 | ไม่เกิน 50 | 51-200 | เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 200 |
| ค้าส่ง | ไม่เกิน 25 | ไม่เกิน 50 | 26-50 | เกินกว่า 50 แต่ไม่เกิน 200 |
| ค้าปลีก | ไม่เกิน 15 | ไม่เกิน 30 | 16-30 | เกินกว่า 30 แต่ไม่เกิน 200 |

แหล่งที่มา: ประกาศของกระทรวงอุตสาหกรรม ว่าด้วยเรื่องจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวร, 2545.

2) ผลการประกอบการ (Performance) ของธุรกิจหมายถึง ผลลัพธ์จากกระบวนการที่กิจการได้ดำเนินการไป (Temmer and DeToro, 1997) โดยทั่วไปแล้วแบ่งออกเป็น 2 ด้านคือ ด้านการเงิน และ ด้านอื่นที่ไม่ใช่การเงิน

3) ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) คือบุคคลที่เริ่มต้น ผลักดัน นำทาง ดำเนินการตามกระบวนการต่างๆที่ทำให้เกิดองค์การหรือกิจการขึ้นมา (Baum, 1994) ผู้ประกอบการจะเป็นบุคคลที่มีพฤติกรรมที่มีความซับซ้อน มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานะและรูปการ ปัจจุบันยังไม่มีการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่แน่นอน อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจะมีคุณลักษณะหลักประกอบด้วย คุณสมบัติ อุปนิสัย แรงจูงใจ ความเป็นผู้นำ การเป็นผู้สร้าง ฯลฯ (Fynn, 2005)

4) ภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship or Entrepreneurial Process) หมายถึง การดำเนินการตามหน้าที่ และการกระทำด้านอื่นๆ ภายในวิสาหกิจ เพื่อให้้องค์การสามารถเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจ และสร้างหรือผลักดันให้้องค์การประสบความสำเร็จในโอกาสนั้นๆ (Bygrave and Hofer, 1991)

1.8 โครงสร้างวิทยานิพนธ์

บทที่ 1 ได้อธิบายถึงความสำคัญและปัญหาของการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม วัตถุประสงค์ของการศึกษา ข้อจำกัด และประโยชน์ของการวิจัย สำหรับบทที่ 2 ได้สรุปสถานการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย การพัฒนาและนโยบายการดูแลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐ บทบาททางเศรษฐกิจที่วิสาหกิจขนาดนี้มีต่อระบบเศรษฐกิจรวม และได้สรุปข้อมูลผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้แสดงให้เห็นกำไร การเติบโตของรายได้ อัตราการทำไร โครงสร้างต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ควรได้รับการปรับปรุง

บทที่ 3 การทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่วิจัย เริ่มต้นด้วยการอธิบายทฤษฎี ลักษณะของผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถัดจากนั้นเป็นการนำเสนอปัจจัยที่มีผลต่อผลประกอบการ การทบทวนทฤษฎีหรือแนวคิดที่ผ่านมาจากปัจจัยที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อบรรลุผลประกอบการที่ต้องการ การนำเสนอโมเดล ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลประกอบการ การนำเสนอองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ

บทที่ 4 ได้นำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานที่สรุปมาจากวรรณกรรม และข้อเสนอความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 5 เป็นนำเสนอรูปแบบการวิจัยแบบเชิงปริมาณ การให้นิยามปฏิบัติการของตัวสร้าง การสร้างมาตรวัด และวิธีการทางสถิติที่เลือกใช้

บทที่ 6 เป็นการนำเสนอการวิเคราะห์และผลการวิเคราะห์ ได้อธิบายความเหมาะสมของขนาดและคุณภาพของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง ที่มีลักษณะข้อมูลที่เหมาะสมต่อการวิจัย การทดสอบกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อการนำไปใช้ในการกระบวนการทางสถิติ การวิเคราะห์ทดสอบตัวแบบการวัดเพื่อยืนยันความสัมพันธ์ที่เหมาะสมของตัวสร้าง และการทดสอบตัวแบบสมการ โครงสร้างเพื่อยืนยันความสัมพันธ์ตามสมมติฐานการวิจัย

บทที่ 7 เป็นบทสรุปและข้อเสนอแนะ ที่ได้อภิปรายผลสรุปเรื่อง องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความสัมพันธ์ที่ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสรุป บทบาทหน้าที่ของภาวะผู้ประกอบการในส่วนท้ายของบทได้นำเสนอ คุณค่าการศึกษาด้านทฤษฎี ประโยชน์ของการศึกษา และข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต

บทที่ 2

สถานะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย

2.1 ความเป็นมาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Wennekers (2006) ได้ศึกษาประวัติศาสตร์ของการดำเนินธุรกิจซึ่งเริ่มต้นมาจากผู้ประกอบการ หรืออาจเรียกได้ว่าวิสาหกิจของผู้ประกอบการ ซึ่งได้พบว่ามีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่อ้างอิงได้ว่าเป็นการดำเนินธุรกิจที่มีมาตั้งแต่ระบบเศรษฐกิจในยุคกลาง (Middle Ages) หรือตั้งแต่ศตวรรษที่ 5 เป็นต้นมา เป็นการดำเนินธุรกิจที่ตัวผู้ประกอบการเองได้ทำหน้าที่เป็นช่างฝีมือหรือเป็นพ่อค้าที่ขายสินค้าให้กับลูกค้า ในยุคนั้นธุรกิจผู้ประกอบการไม่ได้ถูกมองว่าเป็นหน่วยธุรกิจในลักษณะขององค์กร แต่ถูกมองว่าเป็นการประกอบอาชีพของตัวบุคคลมากกว่า การดำเนินธุรกิจในลักษณะที่มีผู้ประกอบการเป็นผู้นำมีมาอย่างต่อเนื่อง แต่ภายหลังตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 เป็นต้นมาอาจถือได้ว่าเป็นยุคใหม่ของวิสาหกิจแบบผู้ประกอบการที่มีวิวัฒนาการใหม่ วิสาหกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในยุคนี้ถูกมองว่าเป็นกลไกสำคัญอันหนึ่งนอกเหนือจากกลไกด้านการเมือง และกลไกของการตลาดเสรีก็มีส่วนช่วยทำให้เศรษฐกิจในยุโรปยุคนั้นเจริญรุ่งเรือง การประกอบการถูกขับเคลื่อนจากความก้าวหน้าของการค้นพบเทคโนโลยีใหม่ จากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่เอื้ออำนวย และจากปัจจัยการเพิ่มขึ้นของประชากร ต่อมาในศตวรรษที่ 18 เกิดการปฏิวัติเกษตรกรรม เศรษฐกิจก็ได้เจริญรุ่งเรืองมากยิ่งขึ้นจากการที่มีการสร้างนวัตกรรมออกมาเป็นจำนวนมากก่อนที่เศรษฐกิจจะเริ่มตกต่ำลงในกลางศตวรรษที่ 19 ซึ่งอาจจะเกิดมาจากเหตุผลทางสังคมและทางสถาบันที่มีส่วนทำให้ความสามารถของผู้ประกอบการในการค้นคิดนวัตกรรมและความสามารถในการแสวงหาการเปลี่ยนแปลงน้อยลง (Landes, 1969) อย่างไรก็ตามจากการที่นักวิทยาศาสตร์ได้ค้นพบวิธีการการผลิตไฟฟ้าและการสร้างเครื่องจักรไอน้ำทำให้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรมขึ้นมา สิ่งที่เกิดขึ้นเป็นพื้นฐานทำให้เกิดการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆออกมาเป็นจำนวนมากเช่น เครื่องบิน รถยนต์ โทรศัพท์ เครื่องพิมพ์ดีด กล้องถ่ายภาพยนตร์ และตู้เย็น เป็นต้น เป็นเหตุให้เกิดการสร้างธุรกิจใหม่ออกมาอย่างมากมายในระหว่างกลางศตวรรษที่ 19 มาจนถึงต้นศตวรรษที่ 20 และธุรกิจจำนวนมากที่เริ่มกิจการในช่วงนั้นก็ยังคงเปิดดำเนินการอยู่ กลายเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่มาจนถึงปัจจุบัน เช่น General Electric - GE, AT&T, General Motor, Boeing ของประเทศสหรัฐอเมริกา Siemens, Bayer,

Agfa, Opel จากประเทศเยอรมัน เป็นต้น ซึ่งการก่อตั้งธุรกิจเหล่านี้ในระยะแรกนั้นผู้ประกอบการก็คือเจ้าของที่ทำหน้าที่ในการบริหารกิจการด้วยตนเอง แต่จากการปฏิบัติแนวคิดด้านการบริหารในยุคต้นศตวรรษที่ 20 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิธีการทำธุรกิจจากที่มีตัวผู้ประกอบการเป็นหลัก ไปสู่องค์กรที่มีระบบการจัดการที่มีการเน้นหน้าที่ในด้านการผลิตเพื่อการแข่งขัน การแบ่งแยกหน้าที่ของความเป็นเจ้าของและหน้าที่ด้านการบริหารออกจากกันเพื่อรองรับการขยายตัวให้วิสาหกิจไปเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้กระแสการเกิดวิสาหกิจแบบผู้ประกอบการลดลงไปอย่างมากในช่วงดังกล่าว การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากจุดนี้จนถึงช่วงกลางศตวรรษที่ 20 เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงที่เน้นศาสตร์การบริหารจัดการ เป็นการสร้างธุรกิจให้วิสาหกิจมีขนาดใหญ่เพื่อลดต้นทุนการผลิต เน้นการใช้เทคโนโลยีการผลิต และเทคโนโลยีการเพิ่มผลผลิต ซึ่งทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่เท่านั้นที่ได้เปรียบต่อวิสาหกิจที่เล็กกว่า อย่างไรก็ตาม กระแสของการเกิดวิสาหกิจแบบผู้ประกอบการได้เริ่มกลับมาเป็นกลไกสำคัญอีกครั้งในยุคที่เกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 (Great Depression) หลังจากการเกิดการล่มสลายของวิสาหกิจขนาดใหญ่เป็นจำนวนมาก แต่กว่าที่ประเทศต่างๆจะดำเนินการอย่างจริงจังในการส่งเสริมวิสาหกิจในระดับนี้ก็เป็นช่วงกลางศตวรรษที่ 20 หรือภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองไปแล้ว (Wennekers, 2006)

ประเทศสหรัฐอเมริกา นับได้ว่าเป็นประเทศแรกๆที่ได้ออกกฎหมายเฉพาะว่าด้วยการบริหารจัดการให้การช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดเล็กมาตั้งแต่ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 เริ่มตั้งแต่ปี ค.ศ. 1942 ที่ให้การช่วยเหลือสินเชื่อต่อวิสาหกิจขนาดเล็ก ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ให้เครดิตแก่วิสาหกิจขนาดเล็กโดยการตั้งบริษัทโรงงานผลิตขนาดเล็กเพื่อสงคราม (Smaller War Plants Corporation - SWPC) จนต่อมาได้มีการก่อตั้งองค์การบริหารธุรกิจขนาดเล็ก (Small Business Administration - SBA) เพื่อรับผิดชอบดูแลส่งเสริมวิสาหกิจขนาดเล็กมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1953 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้วิสาหกิจขนาดเล็กของประเทศสหรัฐอเมริกามีความเข้มแข็ง ในระยะเวลาถัดมาประเทศอื่นๆก็ได้มีการให้การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดเล็กด้วยเช่นกัน ประเทศญี่ปุ่น ได้ก่อตั้งองค์การวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise Agency) มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1948 หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เพียงเล็กน้อยเพื่อเป็นหน่วยงานส่งเสริมวิสาหกิจเหล่านี้ในการฟื้นฟูประเทศหลังการพ่ายแพ้ในสงคราม ประเทศเกาหลีใต้เองก็ให้เห็นความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ก่อตั้งสำนักงานบริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Business Administration) เพื่อเข้ามาดูแลเป็นการเฉพาะตั้งแต่ปี ค.ศ. 1996 ก่อนการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจของเอเชียเพียง 1 ปี เช่นเดียวกันแม้ว่าประเทศในกลุ่มองค์กรความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ หรือที่เรียกว่า OECD (Organization for Economic Cooperation and Development) ก็ได้มีการ

พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของแต่ละประเทศอย่างต่อเนื่องและในปี ค.ศ. 1996 คณะกรรมการสหภาพยุโรปได้มีการตราสนธิสัญญาว่าด้วยคำจำกัดความของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้การสนับสนุนวิสาหกิจในระดับนี้อย่างจริงจัง

ตารางที่ 2.1 ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

| ประเทศ | ข้อมูล พ.ศ. | จำนวน SME (ล้านราย) /ร้อยละของ วิสาหกิจ SME | การจ้างงาน SME (ล้าน คน) /ร้อยละของการจ้างงานของ SME | ร้อยละ ผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME |
|--------------|-------------|---|--|-------------------------------|
| สหรัฐอเมริกา | 2548 | 25.8 / 99.9 | 111.7 / 50.7 | 49.9 |
| สหภาพยุโรป | 2551 | 20.7 / 99.8 | 89.9.0 / 67.4 | 50.0 |
| ญี่ปุ่น | 2548 | 4.7 / 99.7 | 30.0 / 70.0 | 55.3 |
| เกาหลีใต้ | 2547 | 3.0 / 99.7 | 10.4 / 86.5 | 50.7 |
| ไต้หวัน | 2548 | 1.2 / 97.8 | 7.6 / 76.9 | 29.5 |
| ไทย | 2549 | 2.2 / 99.5 | 8.8 / 76.7 | 39.4 |

แหล่งที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550.

ปัจจุบันความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและระดับโลกได้เพิ่มความสำคัญเป็นอย่างมาก (ดูตารางที่ 2.1) จะเห็นได้จากข้อมูลจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของแต่ละประเทศที่มีจำนวนมากถึงกว่าร้อยละ 99 จากจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดในแต่ละประเทศ มีสัดส่วนในการจ้างงานถึงร้อยละ 70 ของการจ้างงานรวม และมีสัดส่วนในผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศอยู่ในระดับร้อยละ 50 ในหลายประเทศ ซึ่งทั้งหมดนี้ก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนมากขึ้นในแต่ละปี

2.2 การพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

สำหรับประเทศไทยการก่อกำเนิดและการพัฒนาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยนั้นยังขาดการศึกษาความเป็นมาอย่างละเอียด อย่างไรก็ตามการพัฒนาในระยะหลังมีการดำเนินการในลักษณะเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ โดยในระยะแรกเป็นการให้การส่งเสริมกับตัวผู้ประกอบการมากกว่า ก่อนที่จะเคลื่อนไปสู่การพัฒนาตัววิสาหกิจ ประเทศไทยได้มีการส่งเสริมให้

มีการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมมาเป็นเวลานานโดยความรับผิดชอบของกระทรวงอุตสาหกรรม และจุดที่ทำให้เกิดความสนใจในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านปริมาณเป็นการเฉพาะก็เนื่องมาจากการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ปี 2540 ที่ส่งผลกระทบต่ออย่างกว้างต่อธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งภาคการผลิต ภาคการค้า ภาคการบริการ และภาคธุรกิจเกษตร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีความรับผิดชอบได้ตระหนักถึงบทบาทสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยจึงได้เสนอโครงการจัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อรัฐบาล เพื่อเป็นเครื่องมือฟื้นฟูเศรษฐกิจของชาติ โดยมีเป้าหมายระยะสั้น คือการช่วยกอบกู้และเสริมศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเป็นฐานหรือรากหญ้าของระบบเศรษฐกิจไทย กับมีเป้าหมายยาว คือ การสร้างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายใหม่ที่เข้มแข็ง และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจที่ประกอบการอยู่แล้ว เพื่อให้เศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างยั่งยืน คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 5 เมษายน 2542 อนุมัติในหลักการการจัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกระทรวงอุตสาหกรรมได้มีคำสั่งที่ 153/2542 ลงวันที่ 23 เมษายน 2542 ให้จัดตั้งสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อดำเนินการกิจการพัฒนาจากภาครัฐมาดำเนินการในรูปองค์กรสาธารณประโยชน์ (มูลนิธิเพื่อสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

- 1) สนับสนุนและประสานการดำเนินงานของสถาบันการศึกษาและสถาบันเฉพาะทางต่างๆ ที่เข้าร่วมเครือข่าย เพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการและกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2) ถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรที่ให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในรูปแบบต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การเรียนทางไกล การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองจากสื่อ และอื่นๆ
- 3) ให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และกลุ่มวิสาหกิจ ด้านการปรึกษาแนะนำการปรับปรุงกิจการ การตลาด การลงทุนและร่วมลงทุน การเชื่อมโยงธุรกิจ ตลอดจนการร่วมมือระหว่างภาคเอกชนเพื่อช่วยเหลือสนับสนุนซึ่งกันและกัน
- 4) ศึกษาวิจัยทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการได้เข้าถึงข้อมูลที่ทันสมัยเชื่อถือได้ และนำไปปรับใช้ ทั้งในด้านการปรับปรุงพัฒนาหลักสูตรและสื่อการถ่ายทอดความรู้ การปรับปรุงบริการ การจัดทำดัชนีชี้วัดความสามารถในการประกอบการ และการสนับสนุนด้านการเงินรับรองมาตรฐานวิชาชีพของบุคลากรที่ให้บริการแก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเป็นผู้ประเมินสถานประกอบการ

ต่อมาได้มีการตราพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 เพื่อจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขึ้นเป็นหน่วยงานในระดับชาติที่มีงบประมาณและความรับผิดชอบระดับมหภาคที่กว้างกว่าสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดประเภทและขนาดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคม
- 2) กำหนดประเภทและขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สมควรได้รับการส่งเสริมรวมทั้งเสนอแนะนโยบายและแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 3) ประสานและจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์การเอกชนที่เกี่ยวข้อง
- 4) ศึกษาและจัดทำรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ
- 5) เสนอแนะต่อคณะกรรมการเกี่ยวกับการปรับปรุงพระราชบัญญัตินี้ รวมทั้งการดำเนินการให้มีกฎหมายใหม่ การแก้ไขเพิ่มเติมหรือการปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 6) บริหารกองทุนตามนโยบายและมติของคณะกรรมการและคณะกรรมการบริหาร

2.2.1 นิยามความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ความหมายอย่างเป็นทางการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นเป็นไปตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 กำหนดว่า "วิสาหกิจ" หมายความว่า กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา และ "วิสาหกิจขนาดกลางหรือวิสาหกิจขนาดย่อม" ได้แก่ วิสาหกิจที่มี จำนวนการจ้างงานมูลค่าสินทรัพย์ถาวร หรือทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วตามจำนวนที่กำหนด ในกฎกระทรวง ในรายละเอียดแล้วความหมายของวิสาหกิจที่ครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ๆ นั้น กิจการผลิต (Production Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining) กิจการค้า (Trading Sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก (Retail) และ กิจการบริการ (Service Sector) ครอบคลุมกิจกรรมจำนวนมาก ส่วนขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กำหนดจากมูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวร สำหรับกิจการแต่ละประเภท ดังนี้

1) กิจการการผลิต : ขนาดกลาง ไม่เกิน 200 ล้านบาท ขนาดย่อม ไม่เกิน 50 ล้านบาท
 2) กิจการบริการ : ขนาดกลาง ไม่เกิน 200 ล้านบาท ขนาดย่อม ไม่เกิน 50 ล้านบาท
 3) กิจการการค้า : ขนาดกลาง ค้าส่ง ไม่เกิน 100 ล้านบาท ขนาดย่อมค้าส่ง ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลาง ค้าปลีก ไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดย่อมค้าปลีก ไม่เกิน 30 ล้านบาท และกำหนดจากจำนวนการจ้างงาน สำหรับกิจการแต่ละประเภท ดังนี้

1) กิจการการผลิต: ขนาดกลาง ไม่เกิน 200 คน ขนาดย่อม ไม่เกิน 50 คน
 2) กิจการบริการ: ขนาดกลาง ไม่เกิน 200 คน ขนาดย่อม ไม่เกิน 50 คน
 3) กิจการการค้า: ขนาดกลาง ไม่เกิน ค้าส่ง ไม่เกิน 50 คน ขนาดย่อม ไม่เกิน 25 คน
 ขนาดกลาง ค้าปลีก ไม่เกิน 30 คน ขนาดย่อมค้าปลีก ไม่เกิน 15 คน

2.2.2 ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจ

เมื่อมองในด้านความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รวบรวมสถิติข้อมูลในปี 2549 พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีบทบาทในการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ จำนวน 3,041,895 ล้านบาทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 4.8 แม้ว่าจำนวนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมทั้งสิ้นจะมีถึง 2,287,057 รายในปี 2549 แต่จำนวนวิสาหกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีจำนวนเพียง 546,319 ราย ซึ่งจำแนกเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ 4,037 ราย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 537,345 ราย คิดเป็นร้อยละ 98.3 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมด ซึ่งมีการเพิ่มขึ้นของวิสาหกิจทั้งสิ้น 46,816 ราย ในขณะที่มีการจดทะเบียนเลิกกิจการ 20,078 ราย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจ้างงานรวมทั้งสิ้น 8,863,334 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 ของจำนวนการจ้างงานทั้งประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551) จะเห็นได้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการจ้างแรงงาน ทำให้การบริหารงานด้านเศรษฐศาสตร์มหภาคเกิดผลสัมฤทธิ์เป็นอย่างดี

เมื่อมองความสำคัญในด้านสังคมจะพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นวิสาหกิจที่มีความเหมาะสมต่อธุรกิจโดยทั่วไป มีความคล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของประเทศ อีกทั้งยังเป็นวิสาหกิจที่ใช้เงินทุนในจำนวนที่ต่ำกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ ช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมดฤดูกาลเพาะปลูก รวมถึงเป็นแหล่งที่สามารถรองรับแรงงานที่เข้ามาใหม่เป็นการป้องกันการอพยพของแรงงานเข้ามาหางานทำในเขตกรุงเทพฯ

และปริมาณที่ช่วยลดการกระจายการกระจุกตัวของโรงงานกิจการวิสาหกิจในเขตกรุงเทพฯ และปริมาณที่ไปสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อระบบเศรษฐกิจเมื่อแบ่งออกเป็นหัวข้อใหญ่แล้วอาจแบ่งออกได้เป็น 7 ประการคือ

- 1) ก่อให้เกิดการจ้างงาน เมื่อมีการก่อตั้งหรือขยายกิจการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะทำให้เกิดการจ้างงานเข้ามาทำหน้าที่ในการผลิต บริการ หรือพาณิชยกรรม
- 2) เป็นจุดกำเนิดของผู้ที่จะสนใจลงทุนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้เงินทุนไม่สูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนในอุตสาหกรรม
- 3) เป็นแหล่งฝึกอาชีพของแรงงานประเภทต่าง ๆ ซึ่งสามารถฝึกฝนเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงานจริง
- 4) ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับกิจการขนาดใหญ่หรือกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตวัตถุดิบหรือชิ้นส่วน และการให้บริการสนับสนุนด้านต่างๆ
- 5) เพิ่มมูลค่าให้วัตถุดิบในประเทศเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรในประเทศเป็นหลัก
- 6) สร้างรายได้ให้ประเทศ โดยเฉพาะจากภาคการผลิตเพื่อการส่งออก และภาคการท่องเที่ยว
- 7) ป้องกันการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมช่วยทำให้เกิดการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันที่เป็นธรรมจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม

2.2.3 ปัญหาและข้อจำกัดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีลักษณะเฉพาะและครอบคลุมหลายด้าน ทั้งจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะวิสาหกิจในระดับนี้ยังเป็นสิ่งใหม่ในระบบเศรษฐกิจของไทยที่ยังต้องการการส่งเสริมและการพัฒนาอีกระยะหนึ่ง ปัญหาหลักของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยที่รวบรวมโดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วย

- 1) ปัญหาด้านการตลาด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มักตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่น หรือตลาดภายในประเทศ ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคม

ขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้า ทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นหรือในประเทศที่ผลิต โดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น

2) ปัญหาขาดแคลนเงินทุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้ เนื่องจากการไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบและขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง

3) ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานใน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จะมีปัญหาการเข้าออกสูง กล่าวคือ เมื่อมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้นก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอการพัฒนาไม่ต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพสินค้า

4) ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไปวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักใช้เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนต่ำและผู้ประกอบการ/พนักงานขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัยจึงทำให้ขาดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานที่ดี

5) ปัญหาข้อจำกัดด้านการจัดการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนลูกเรียนผิดเป็นหลักอาศัยบุคคลในครอบครัวหรือญาติพี่น้องมาช่วยงานการบริหารภายในลักษณะนี้แม้จะมีข้อดีในเรื่องการดูแลที่ทั่วถึง (หากธุรกิจไม่ใหญ่นัก) แต่เมื่อกิจการเริ่มขยายตัวหากไม่ปรับปรุงการบริหารจัดการให้มีระบบก็จะเกิดปัญหาเกิดขึ้นได้

6) ปัญหาการเข้าถึงบริการการส่งเสริมของรัฐ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้านผลิตในลักษณะโรงงานห้องแถวไม่มีการจดทะเบียน โรงงาน ทะเบียนพาณิชย์ หรือทะเบียนการค้าดังนั้นกิจการโรงงานเหล่านี้ จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไขขนาดเงินทุนและการจ้างงานแล้วก็ตามเพื่อจูงใจ แต่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียง จำนวนน้อยที่มีโอกาสได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

7) ปัญหาข้อจำกัดด้านบริการส่งเสริมพัฒนาขององค์การภาครัฐและเอกชน การส่งเสริมพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ผ่านมาได้ดำเนินการ โดยหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมส่งเสริมการส่งออก

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมขนาดย่อมบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าไทย สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ตลอดจนสมาคมการค้าและอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนมากและกระจายอยู่ทั่วประเทศ ประกอบกับข้อจำกัดของหน่วยงานดังกล่าว เช่น ในเรื่องบุคลากร งบประมาณ จำนวนสำนักงานสาขาภูมิภาคการให้บริการส่งเสริมสนับสนุนด้านต่าง ๆ จึงไม่อาจสนองตอบได้ทั่วถึงและเพียงพอ

8) ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล เนื่องจากปัญหาและข้อจำกัดต่าง ๆ ข้างต้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทั่วไปจึงค่อนข้างมีจุดอ่อนในการรับรู้ข่าวสารด้านต่าง ๆ เช่น นโยบายและมาตรการของรัฐ ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด ฯลฯ

2.3 แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตั้งแต่กลางปี 2540 ซึ่งเริ่มจากสถาบันการเงินก่อนจะลุกลามไปสู่ธุรกิจเกือบทุกสาขาทั้งกิจการขนาดใหญ่และขนาดเล็กล้วนได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นด้วยกันทั้งสิ้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นภาคการผลิตที่แท้จริงก็ได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจเช่นเดียวกัน กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมล้วนประสบปัญหาขาดสภาพคล่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทำให้อำนาจซื้อการบริโภคของประชาชนลดน้อยลงเป็นผลให้กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องชะลอหรือลดการผลิต ลดการจำหน่ายหรือถึงขั้นปิดกิจการไปในที่สุด โดยกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นการรับช่วงการผลิตจากกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขนาดกลางที่ใช้เทคโนโลยีพึ่งพาจากต่างประเทศ เช่น อุตสาหกรรมรถยนต์ เป็นต้น ส่วนกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่พึ่งพาตนเองได้และมักจะใช้ภูมิปัญญาไทยเป็นพื้นฐานมาจากครอบครัวจะสามารถดำรงธุรกิจอยู่ได้ เนื่องจากกลุ่มนี้จะมีความคล่องตัวในเรื่องการจัดการ เทคนิคการผลิต การจำหน่าย ซึ่งมักจะมีความยืดหยุ่นในการปรับตัว เพื่อรับมือกับภาวะวิกฤติเศรษฐกิจได้ดีกว่า กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รับช่วงการผลิตจากบริษัทอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และขนาดกลาง แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไปก็ยังได้รับผลกระทบจากอำนาจซื้อและการบริโภคที่น้อยลงของประชาชน และมีปัญหา คือสภาพคล่องทางการเงิน ที่กระจายไปทั่วระบบเศรษฐกิจ หากภาครัฐไม่ยื่นมือเข้าไปช่วยเหลือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเหล่านี้ก็จะทยอยปิดกิจการไปเรื่อย ๆ กระทั่งกลายเป็นปัญหาเรื้อรังทางเศรษฐกิจและส่งผลกระทบต่อปัญหาสังคมในที่สุด การพลิกฟื้นเศรษฐกิจของ

ประเทศไทย รวมทั้งแนวทางการพัฒนาต่อไปในอนาคต ควรจะให้ความสำคัญกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากยิ่งขึ้น ซึ่งไม่ได้หมายความว่า กิจการขนาดใหญ่จะไม่ให้การสนับสนุนอีกต่อไป แต่ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการส่งเสริม กิจการให้มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น โดยสร้างความแข็งแกร่งให้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งส่วนใหญ่ยังมีจุดอ่อนโดยการให้ความช่วยเหลือหรือสนับสนุนด้านต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและให้เกิดความต่อเนื่อง เนื่องจากหากกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแข็งแกร่งสามารถยืนหยัดและแข่งขันกับสินค้าต่างประเทศได้ก็จะกลายเป็นรากฐานสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยต่อไป โดยแนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างชัดเจนในภาพรวม ดังนี้

1) เพื่อบรรเทาปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน และช่วยพยุงกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ดำรงอยู่รอดพ้นจากวิกฤติเศรษฐกิจ มีแนวทางดำเนินการ คือ - ปรับปรุงเพิ่มเติม เสริมแต่งในจุดที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีปัญหา ประกอบด้วย เทคโนโลยีการผลิตและการบริหาร การตลาด การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การพัฒนาบุคลากร การเข้าถึงแหล่งข้อมูล - สร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานของหน่วยงานปฏิบัติการ - สร้างเครือข่ายการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้สนับสนุนซึ่งกันและกัน จากองค์กรภาครัฐ เอกชน ทั้งส่วนกลางและภูมิภาค สถาบันอิสระเฉพาะทาง สถาบันการศึกษา

2) พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดำเนินการอยู่แล้วให้ขยายตัวเจริญเติบโต และสามารถแข่งขัน ได้ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกโดยมีความสามารถเทียบได้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างชาติ และสามารถออกไปแข่งขันในต่างประเทศ มีแนวทางดำเนินการคือ เน้นความเข้มข้นการพัฒนาไปสู่มาตรฐานสากล ในด้านมาตรฐานคุณภาพสินค้า ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า และการให้บริการ มาตรฐานระบบการบริหารการผลิต เช่น ISO 9000 หรือ ISO 14000 มาตรฐานสุขอนามัย การป้องกันสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ การคุ้มครองแรงงาน และสิทธิมนุษยชน

3) เน้นกลไกการสนับสนุนเงินทุน การร่วมทุน (Venture Capital) และการระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อปรับปรุงผลผลิต (Productivity) เพื่อปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรม เพื่อปรับปรุงระบบการจำหน่ายและบริการให้รวดเร็ว เพื่อขยายกิจการ

4) สร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอนาคต มีนวัตกรรม หรือเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านนโยบายการพัฒนาให้เกิดขึ้น และเติบโตอย่างยั่งยืนมีแนวทางดำเนินการ ได้แก่ เน้นในเรื่องข้อมูลข่าวสารการลงทุนสาขาที่มีศักยภาพ เน้นกลไกการส่งเสริมอย่างใกล้ชิดและครบวงจรในลักษณะการบ่มเพาะ (Incubation) เน้นกลไกสินเชื่อเพื่อการ

เริ่มต้นกิจการ (Start-up Loans) เน้นกลุ่มเป้าหมายด้านนโยบาย เช่น กลุ่มผู้มีความรู้และประสบการณ์การทำงาน กลุ่มผู้จบการศึกษาใหม่ที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรม กลุ่มราษฎร หรือราษฎรอิสระ ที่จะจัดตั้งหน่วยผลิต หรือธุรกิจชุมชน เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามเป้าหมายของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2545-2549) ซึ่งปรากฏตามผลการปฏิบัติงานตาม ตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ผลการพัฒนาตามเป้าหมายแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2545-2549)

| เป้าหมายแผนการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | ผลการดำเนินงาน | | | | |
|---|---|------------------------|--------------------------|------------------------|------------------------|
| | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 |
| มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนมีสัดส่วนเกินร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในปี 2549 (ร้อยละ) | 41.3 | 39.8 | 39.8 | 39.4 | 38.9 |
| การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น 180,000 คนต่อปี (คน) | 4,990,217 | 5,566,865 (576,648) | 8,357,493 (2,790,628) | 8,458,160 (100,667) | 8,863,334 (405,174) |
| ผลิตภาพแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงขึ้นในอัตราที่สอดคล้องกับอัตราการเพิ่มของภาคอุตสาหกรรมที่ร้อยละ 2.5 ต่อปี | ผลิตภาพแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 4 สาขาของอุตสาหกรรมหลักในระหว่างปี 2544-2548 เพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 4.4 | | | | n/a |
| การขยายตัวของ การส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 ต่อปี (ร้อยละ) | n/a | n/a | - | 12.3 | 9.3 |
| ผลิตภัณฑ์ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบด้วยการจดทะเบียนในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 72 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในปี 2549 (ราย) | 422,267 | 430,566 | 446,194 | 450,582 | 546,319 |
| จำนวนผู้เริ่มตั้งธุรกิจใหม่ 50,000 ราย ต่อปี (ราย) | 35,381 | 43,440 | 47,583 | 49,534 | 46,816 |

ตารางที่ 2.2 (ต่อ)

| เป้าหมายแผนการส่งเสริม | ผลการดำเนินงาน | | | | |
|---|----------------|------|-------|------|-------|
| | 2545 | 2546 | 2547 | 2548 | 2549 |
| วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | | | | | |
| กลุ่มอาชีพสามารถดำเนินการขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี จนมีจำนวนเป็น 6,300 กลุ่มในปี 2549 (กลุ่ม) | n/a | n/a | 7,450 | | 8,010 |

แหล่งที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550.

จากตารางที่ 2.2 พบว่าการดำเนินการยังคงได้ต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนดไม่ว่าจะเป็นด้านมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม อัตราการเพิ่มของผลิตภาพ และการจดทะเบียนนิติบุคคล แต่ก็บรรลุเป้าหมายในด้านการจ้างงานและการขยายตัวเพื่อการส่งออก นอกจากนี้ยังประสบความสำเร็จตามเป้าหมายในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ทำให้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเติบโตอย่างยั่งยืน เกิดการฟื้นฟูเป็นกลไกหลักทางเศรษฐกิจของประเทศ สร้างและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในการประกอบธุรกิจ มีศักยภาพในการเป็นผู้ส่งออก ผู้ประกอบการเพิ่มจำนวนมากขึ้น สามารถช่วยแก้ปัญหาความยากจนและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาคได้

2.4 บทบาททางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์ประจำปีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อใช้ในการติดตามตรวจสอบการพัฒนาสำหรับในปี พ.ศ. 2549 นั้นพบว่าจำนวนวิสาหกิจทุกประเภทมีจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,287,057 ราย ประกอบด้วยวิสาหกิจขนาดใหญ่ 4,292 ราย วิสาหกิจขนาดกลาง 9,791 ราย วิสาหกิจขนาดย่อม 2,264,734 ราย และวิสาหกิจที่ไม่ระบุขนาด 8,240 ราย โดยจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 99.4 ของวิสาหกิจทั้งหมด เมื่อจำแนกประเภทธุรกิจแล้วพบว่า วิสาหกิจประเภทการผลิต ประเภทค้าปลีก และประเภทการบริการมีจำนวนเท่าๆกันประมาณร้อยละ 30 (ดูรายละเอียดในตารางที่ 2.3) โดยธุรกิจประเภทค้าส่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุด และธุรกิจการผลิตมีการหดตัว

ตารางที่ 2.3 จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระหว่างปี 2547 – 2549 จำแนกตามประเภทธุรกิจ

| ประเภทธุรกิจ | จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ราย) | | | การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) | | สัดส่วนต่อจำนวนรวม (ร้อยละ) |
|-----------------------|--|------------------|------------------|-------------------------|------------|-----------------------------|
| | 2547 | 2548 | 2549 | 2548 | 2549 | |
| ภาคการผลิตรวม | 691,926 | 696,816 | 672,351 | 0.7 | (3.5) | 29.6 |
| ภาคการค้าและซ่อมบำรุง | 865,906 | 878,020 | 908,846 | 1.4 | 3.5 | 40.0 |
| ซ่อมบำรุง | 64,837 | 65,349 | 63,637 | 0.8 | (2.6) | 2.8 |
| ค้าปลีกและอื่นๆ | 668,112 | 671,715 | 681,794 | 0.5 | 1.5 | 30.0 |
| ค้าส่ง | 132,957 | 140,956 | 163,415 | 6.0 | 15.9 | 7.2 |
| ภาคการบริการ | 621,240 | 644,032 | 675,622 | 3.7 | 4.9 | 29.7 |
| ไม่ระบุประเภท | 20,058 | 20,201 | 17,706 | 0.7 | (12.4) | 0.8 |
| รวม | 2,199,130 | 2,239,069 | 2,274,525 | 1.8 | 1.6 | 100.0 |

แหล่งที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550.

ภาพรวมในด้านการจ้างงาน ในปี 2549 วิสาหกิจทุกประเภทมีจำนวนการจ้างงานทั้งสิ้น 11,551,272 คน จำแนกเป็นการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดใหญ่จำนวน 2,687,938 คน วิสาหกิจขนาดกลาง 1,338,938 คน และวิสาหกิจขนาดย่อมจำนวน 7,524,936 คน โดยสัดส่วนการจ้างงานในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคิดเป็นร้อยละ 76.7 ของการจ้างงานรวมทั้งหมด เมื่อจำแนกประเภทธุรกิจแล้วพบว่า วิสาหกิจประเภทการผลิต มีสัดส่วนการจ้างงานมากที่สุดที่ร้อยละ 39.4 ประเภทการบริการ มีสัดส่วนการจ้างงานรองลงมาที่ร้อยละ 33.0 และประเภทการค้าปลีกที่ร้อยละ 16.5 (ดูรายละเอียดในตารางที่ 2.4) อย่างไรก็ตามภาคค้าส่งมีการขยายตัวในการว่าจ้างงานมากที่สุดที่ร้อยละ 18.0

ตารางที่ 2.4 การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2547 – 2549 จำแนกตามประเภทธุรกิจ

| ประเภทธุรกิจ | จำนวนแรงงาน (คน) | | | การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) | | สัดส่วนต่อจำนวนรวม (ร้อยละ) |
|-----------------------|------------------|-----------|-----------|-------------------------|--------|-----------------------------|
| | 2547 | 2548 | 2549 | 2548 | 2549 | |
| ภาคการผลิตรวม | 3,431,553 | 3,459,096 | 3,496,202 | 0.8 | 1.1 | 39.4 |
| ภาคการค้าและซ่อมบำรุง | 2,331,196 | 2,358,189 | 2,443,414 | 1.2 | 3.6 | 27.6 |
| ซ่อมบำรุง | 166,570 | 168,282 | 163,983 | 1.0 | (2.6) | 1.9 |
| ค้าปลีกและอื่นๆ | 1,491,481 | 1,501,095 | 1,466,446 | 0.6 | (2.3) | 16.5 |
| ค้าส่ง | 673,145 | 688,812 | 812,985 | 2.3 | 18.0 | 9.2 |
| ภาคการบริการ | 2,593,370 | 2,639,440 | 2,923,338 | 1.8 | 10.8 | 33.0 |
| ไม่ระบุประเภท | 1,374 | 1,435 | 380 | 4.4 | (73.5) | 0.0 |
| รวม | 8,357,493 | 8,458,160 | 8,863,334 | 1.2 | 4.8 | 100.0 |

แหล่งที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550.

บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในปี 2549 มีมูลค่า 3,041,896 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 38.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ มีอัตราขยายตัวเพิ่มจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.8 โดยวิสาหกิจขนาดย่อมสร้างมูลค่า 2,043,460 ล้านบาทมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลางที่สร้างมูลค่า 998,436 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดใหญ่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ 3,589,655 ล้านบาท ในระยะสองสามปีที่ผ่านมาบทบาทด้านนี้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะที่ทรงตัวค่อนข้างไปทางหดตัว เนื่องจากผลกระทบด้านการเมืองและการค้าในระดับโลก (ดูรายละเอียดในตารางที่ 2.5)

ตารางที่ 2.5 มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศปี 2547 – 2549 จำแนกตามขนาดธุรกิจ

| ขนาดธุรกิจ | มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศปี (ล้านบาท) | | | สัดส่วนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (ร้อยละ) | | |
|------------------|--|-----------|-----------|---|-------|-------|
| | 2547 | 2548 | 2549 | 2547 | 2548 | 2549 |
| ประเทศ | 6,489,847 | 7,087,660 | 7,816,474 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| ภาคเกษตร | 669,498 | 721,682 | 836,077 | 10.3 | 10.2 | 10.7 |
| ภาคนอกเกษตร | 5,820,349 | 6,365,978 | 6,980,397 | 89.7 | 89.8 | 89.3 |
| วิสาหกิจขนาดใหญ่ | 2,944,125 | 3,249,458 | 3,589,655 | 45.4 | 45.8 | 45.9 |
| วิสาหกิจขนาดกลาง | 832,135 | 909,140 | 998,435 | 12.9 | 12.9 | 12.8 |
| วิสาหกิจขนาดย่อม | 1,748,200 | 1,881,273 | 2,043,460 | 27.1 | 26.8 | 26.2 |
| วิสาหกิจอื่นๆ | 295,887 | 326,106 | 348,846 | 4.5 | 4.5 | 4.5 |

แหล่งที่มา: ดัดแปลงจากรายงานของสำนักวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550.

2.5 ผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

ในปีพ.ศ. 2552 รายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีจำนวน 6.21 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 39 เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับรายได้ของวิสาหกิจทั้งหมด ส่วนรายได้ของวิสาหกิจขนาดใหญ่มีรายได้ 9.70 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 61 เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับรายได้ของวิสาหกิจทั้งหมด วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นมีรายได้จากภาคการค้าและการบริการที่สูงกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่สองเท่า แต่วิสาหกิจขนาดใหญ่มีรายได้จากภาคการผลิตมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถึง 3 เท่า (ดูตารางที่ 2.6) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญต่อภาคการค้าและการบริการมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่แต่ก็มีส่วนในการสร้างรายได้ในภาคการผลิตที่น้อยกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ เมื่อทบทวนข้อมูลย้อนหลังไป พบว่าสัดส่วนเช่นนี้เป็นสัดส่วนที่มีการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยในช่วงเวลาที่ผ่านมา

เมื่อดูในด้านการขยายตัวแล้วพบว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่มีการขยายตัวร้อยละ 4.3 ในภาพรวม โดยแต่ละภาคธุรกิจมีการขยายตัวอยู่ระหว่างร้อยละ 4.2 ถึงร้อยละ 4.7 ส่วนวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อมมีการขยายตัวที่ต่ำกว่าอยู่ที่ร้อยละ 3.2 ในภาพรวมโดยแต่ละภาคธุรกิจมีการขยายตัวอยู่ระหว่างร้อยละ 2.5 ถึงร้อยละ 3.6 ภาคการค้ามีการขยายตัวน้อยที่สุด ทิศทางการขยายตัวเช่นนี้ทำให้รายได้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีสัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ลดลงจากร้อยละ 41 ในปี พ.ศ. 2545 เหลือเพียงร้อยละ 39 ในปี พ.ศ. 2552

ตารางที่ 2.6 ขนาดของรายได้และการขยายตัวของวิสาหกิจไทย (หน่วย: ล้านล้านบาท)

| | วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | | | วิสาหกิจขนาดใหญ่ | | |
|---------------|-----------------------------|--------|---------|------------------|--------|---------|
| | รายได้ | ร้อยละ | ขยายตัว | รายได้ | ร้อยละ | ขยายตัว |
| ภาคการผลิต | 2.72 | 43.8 | 3.5 | 7.99 | 82.4 | 4.2 |
| ภาคการบริการ | 1.82 | 29.3 | 3.6 | 0.85 | 8.80 | 4.7 |
| ภาคการค้า | 1.67 | 26.9 | 2.5 | 0.86 | 8.80 | 4.6 |
| รวม | 6.21 | 100.0 | 3.2 | 9.70 | 100.0 | 4.3 |
| สัดส่วนรายได้ | | 39 | | | 61 | |

แหล่งที่มา: สรุปรายงาน การวิเคราะห์และเตือนภัยด้านต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนปี 2551 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552.

ในการสำรวจผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่า การทำกำไรของปี พ.ศ. 2551 นั้น (ดูตารางที่ 2.7) มูลค่าของกำไรที่วิสาหกิจขนาดใหญ่ทำได้รวมกันมีมูลค่า 784,011 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 76 ของกำไรรวมทั้งหมด สูงกว่ากำไรที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกภาคทำได้เพียง 249,794 ล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 24 ของกำไรรวมทั้งหมดโดยภาคการผลิตนั้นวิสาหกิจขนาดใหญ่มีส่วนการทำกำไรได้มากกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถึง 5 เท่า ในขณะที่ภาคอื่นมีกำไรมากกว่าไม่ถึง 1 เท่า ในด้านการขยายตัวของกำไรวิสาหกิจขนาดใหญ่มีอัตราการขยายตัวทุกภาครวมกันร้อยละ 6.3 ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการอัตราการขยายตัวน้อยกว่าเล็กน้อยคือร้อยละ 6.1

แต่เมื่อพิจารณาจากการอัตราการทำกำไรต่อยอดขายแล้ว วิสาหกิจขนาดใหญ่มีความได้เปรียบในการทำกำไรกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการบริการนั้นวิสาหกิจขนาด

ใหญ่สามารถสร้างอัตราการทำกำไรได้ถึงร้อยละ 12.1 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสร้างอัตราการทำกำไรได้น้อยกว่าเกือบ 3 เท่าเพียงร้อยละ 4.7 เช่นเดียวกับภาคการค้าที่วิสาหกิจขนาดใหญ่สร้างอัตราการทำกำไรได้สูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกือบ 3 เท่าเช่นกัน มีเพียงภาคการผลิตเท่านั้นที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถทำกำไรต่อราคาขายได้ดีที่สุดที่ร้อยละ 4.7 ใกล้เคียงกับสร้างอัตราการทำกำไรของวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่ร้อยละ 7.8 ซึ่งสิ่งนี้แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังต้องการได้รับการปรับปรุงความสามารถในการดำเนินการเมื่อนำไปเทียบกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ค่อนข้างมาก

ตารางที่ 2.7 กำไร อัตราการทำกำไรต่อยอดขาย และการขยายตัวของกำไรของวิสาหกิจไทยปี 2552 (หน่วย: ล้านบาท)

| | วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | | | วิสาหกิจขนาดใหญ่ | | |
|--------------|-----------------------------|---------------------|---------|------------------|---------------------|---------|
| | กำไร | ร้อยละต่อ ยอดขาย | ขยายตัว | กำไร | ร้อยละต่อ ยอดขาย | ขยายตัว |
| ภาคการผลิต | 126,841 | 4.7 | 5.8 | 625,739 | 7.8 | 6.2 |
| ภาคการบริการ | 84,949 | 4.7 | 6.7 | 102,860 | 12.1 | 6.3 |
| ภาคการค้า | 38,004 | 2.3 | 5.4 | 55,412 | 6.4 | 7.5 |
| รวม | 249,794 | 4.0 | 6.1 | 784,011 | 8.1 | 6.3 |
| สัดส่วนกำไร | | 24 | | | 76 | |

แหล่งที่มา: สรุปจากรายงาน การวิเคราะห์และเตือนภัยด้านต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนปี 2551: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552.

ตารางที่ 2.8 ได้แสดงให้เห็นถึงสัดส่วนต้นทุนในการดำเนินการแยกออกตามประเภทต้นทุน ทำให้เห็นโครงสร้างที่มีต่อผลกำไรของแต่ละภาคธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำหรับภาคการผลิตมีกำไรสุทธิต่อยอดขายในระดับค่อนข้างต่ำที่ร้อยละ 4.7 นั้นมีสาเหตุมาจากต้นทุนค่าวัสดุถึงร้อยละ 40 ต้นทุนด้านแรงงานหรือบุคลากรร้อยละ 18 และต้นทุนในการดำเนินการทั่วไปร้อยละ 14 และมีต้นทุนในด้านเทคโนโลยีร้อยละ 8 ต้นทุนด้านการขนส่งร้อยละ 8.5 ด้านการตลาดร้อยละ 6.6 มีต้นทุนการวิจัยและพัฒนาเพียงร้อยละ 2.16

ภาคการบริการมีกำไรสุทธิต่อยอดขายในระดับค่อนข้างต่ำที่ร้อยละ 4.7 เช่นกัน โดยต้นทุนส่วนมากมาจากต้นทุนด้านแรงงานหรือบุคลากรร้อยละ 49.2 ถัดมาเป็นต้นทุนด้านวัสดุที่ใช้ในการบริการร้อยละ 21.1 ต้นทุนด้านเทคโนโลยีร้อยละ 9.5 ต้นทุนด้านการตลาดร้อยละ 7.9 ด้านขนส่งร้อยละ 6 และมีต้นทุนด้านเทคโนโลยีเพียงร้อยละ 1.7 ในภาคการค้ามีกำไรสุทธิต่อยอดขายในระดับต่ำมากที่สุดที่ร้อยละ 2.3 โดยต้นทุนส่วนมากจากค่าสินค้าร้อยละ 49.2 ถัดมาเป็นต้นทุนแรงงานหรือบุคลากรร้อยละ 25 ต้นทุนค่าขนส่งร้อยละ 9.4 ส่วนต้นทุนการตลาดเทคโนโลยี และการดำเนินการอยู่ในระดับร้อยละ 5 ต้นทุนในการวิจัยและพัฒนาสำหรับภาคการค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีเพียงร้อยละ 1.2 เท่านั้น

ตารางที่ 2.8 สัดส่วนต้นทุนในการผลิตและการให้บริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2551 (ร้อยละ)

| ต้นทุน | การ | | วัตถุดิบ/ สินค้า | เทคโนโลยี | วิจัย& พัฒนา | | |
|--------------|-----------|---------|---------------------|-----------|-----------------|-------|------|
| | ดำเนินการ | บุคลากร | | | การตลาด | ขนส่ง | |
| ภาคการผลิต | 14.16 | 18.17 | 39.94 | 8.27 | 2.16 | 6.64 | 8.53 |
| ภาคการบริการ | 4.69 | 49.18 | 21.10 | 9.51 | 1.69 | 7.88 | 5.98 |
| ภาคการค้า | 4.77 | 25.04 | 49.17 | 5.83 | 1.15 | 4.86 | 9.38 |

แหล่งที่มา: สรุปจากรายงาน การวิเคราะห์และเตือนภัยด้านต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนปี 2551: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552.

จากตารางที่ 2.8 นี้ ทำให้เห็นว่าการพัฒนาผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดีขึ้นนั้น จะขึ้นอยู่กับกรณีที่วิสาหกิจมีการดำเนินการในการลดสัดส่วนของต้นทุนวัตถุดิบหรือสินค้า ต้นทุนแรงงานหรือบุคลากร ต้นทุนด้านการขนส่ง เป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันก็ต้องเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้เทคโนโลยี และมีการดำเนินการวิจัยและพัฒนาให้มากกว่านี้ ตารางที่ 2.9 ได้นำเสนอผลประกอบการของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีมูลค่ากำไรสูงปี 2551 ซึ่งได้แสดงให้เห็นความแตกต่างของโครงสร้างการบริหารต้นทุนในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม นอกจากนั้นยังแสดงให้เห็นว่าผลประกอบการของแต่ละวิสาหกิจยังมีความแตกต่างกันภายในกลุ่มอุตสาหกรรมด้วย

2.6 สรุป

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยเศรษฐกิจที่มีความสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งในโลกและในประเทศไทย พัฒนาการของวิสาหกิจขนาดนี้เกิดขึ้นมาจากการทำหน้าที่ของผู้ประกอบการที่เป็นหลักก่อนที่จะพัฒนามาเป็นหน่วยงานที่มีเงินทุนและผู้ร่วมงานเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสัดส่วนร้อยละ 99 ของจำนวนวิสาหกิจรวมในเกือบทุกประเทศทั่วโลกและเป็นหน่วยเศรษฐกิจที่มีการจ้างงานมากกว่าร้อยละ 70 ของแรงงานรวมในเกือบทุกประเทศเช่นกัน อย่างไรก็ตามวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลับมีสัดส่วนในการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมระหว่างร้อยละ 30 ถึงร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ซึ่งหมายความว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ยังคงมีความสำคัญในเชิงมูลค่ามากกว่า จึงนับได้ว่าจุดนี้เป็นจุดที่ควรปรับปรุงผลจากการดำเนินการของวิสาหกิจในระดับนี้

ภายหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ประเทศไทยได้มีนโยบายระดับชาติจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เพื่อทำหน้าที่พัฒนาส่งเสริม ศักยภาพของวิสาหกิจขนาดนี้ให้เป็นหน่วยงานเศรษฐกิจที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม การจ้างงาน รวมทั้งเพิ่มสัดส่วนมูลค่าการส่งออก แม้ว่าการดำเนินการจะประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งตามรายงานการส่งเสริมฯ ระหว่างปี พ.ศ. 2545 – 2549 อย่างไรก็ตามผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยรวมที่ผ่านมา ก็ยังมีผลประกอบการที่ควรได้รับการปรับปรุง โดยในปี พ.ศ. 2552 อัตราการทำกำไรเฉลี่ยเพียงร้อยละ 4.0 ซึ่งน้อยกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่มีอัตราการทำกำไรเฉลี่ยสูงกว่า 2 เท่าที่ร้อยละ 8.1 นอกจากนี้อัตราการจดทะเบียนเลิกกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงอยู่ในอัตราที่สูงมากคือระดับร้อยละ 50 ของการจดทะเบียนจัดตั้งวิสาหกิจใหม่ และจากการสำรวจผลประกอบการในภาพรวม ก็แสดงให้เห็นว่าการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเติบโตเพียงร้อยละ 3.2 น้อยกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ภายใต้สภาวะแวดล้อมเศรษฐกิจแบบเดียวกันที่เติบโตร้อยละ 4.3 แสดงว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีผลงานด้อยกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ ในด้านต้นทุนการดำเนินงานพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีสัดส่วนต้นทุนด้านวัตถุดิบหรือสินค้า ต้นทุนแรงงานหรือบุคลากร รวมทั้งต้นทุนการขนส่งที่สูง ส่วนการทำกรวิจัยและพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีกลับมีสัดส่วนมูลค่าที่ต่ำ ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินการของการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข

ตารางที่ 2.9 กำไรและสัดส่วนต้นทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2551 (เฉพาะกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีมูลค่ากำไรสูง)

| ที่ | ประเภทอุตสาหกรรม | กำไรสุทธิ (ร้อยละ) | สัดส่วนของต้นทุน (ร้อยละ) | | | | | | | |
|-----|-----------------------------------|-----------------------|---------------------------|---------|-----------------|-----------|-----------------|---------|-------|--------|
| | | | การดำเนินการ | บุคลากร | วัตถุดิบ/สินค้า | เทคโนโลยี | วิจัย& พัฒนา | การตลาด | ขนส่ง | บริการ |
| 1 | พลังงาน | 33.01 | 18.00 | 10.00 | 33.00 | 10.00 | 4.00 | 11.00 | 14.00 | 0.00 |
| 2 | โลจิสติกส์ | 15.33 | 0.00 | 17.50 | 0.00 | 10.00 | 0.00 | 15.00 | 57.50 | 0.00 |
| 3 | เยื่อกระดาษ กระดาษ และผลิตภัณฑ์ | 11.90 | 9.00 | 37.00 | 34.00 | 6.20 | 2.20 | 5.00 | 7.00 | 0.00 |
| 4 | บริการทางการเงิน | 10.34 | 0.00 | 66.67 | 0.00 | 5.56 | 2.22 | 15.00 | 2.22 | 8.33 |
| 5 | เครื่องจักรกล | 8.55 | 6.33 | 28.33 | 53.50 | 6.83 | 0.33 | 0.67 | 3.67 | 0.00 |
| 6 | สิ่งพิมพ์ | 8.54 | 17.05 | 21.16 | 35.40 | 15.44 | 2.67 | 4.00 | 3.84 | 0.00 |
| 7 | ไปรษณีย์และโทรคมนาคม | 7.19 | 0.00 | 44.59 | 0.00 | 10.62 | 1.27 | 6.79 | 7.24 | 29.72 |
| 8 | เคมีภัณฑ์ | 6.38 | 16.17 | 16.83 | 37.00 | 3.17 | 2.83 | 12.67 | 11.33 | 0.00 |
| 9 | ยานยนต์ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์ขนส่ง | 5.83 | 10.53 | 19.89 | 39.42 | 13.95 | 1.84 | 4.58 | 10.00 | 0.00 |
| 10 | บริการที่ปรึกษา | 5.18 | 0.00 | 53.75 | 0.00 | 1.25 | 0.00 | 2.50 | 5.00 | 37.00 |
| 11 | ยา สมุนไพร และเวชภัณฑ์ | 4.45 | 14.33 | 20.00 | 41.00 | 5.73 | 3.53 | 7.67 | 7.40 | 0.00 |
| 12 | เหล็ก&โลหะและผลิตภัณฑ์ | 3.73 | 14.96 | 20.64 | 42.80 | 7.80 | 1.60 | 3.44 | 8.36 | 0.00 |
| 13 | ผลิตภัณฑ์พลาสติก | 2.90 | 12.25 | 11.75 | 49.50 | 13.00 | 1.88 | 2.94 | 8.19 | 0.00 |
| 14 | การก่อสร้าง | 2.32 | 0.00 | 40.17 | 0.00 | 13.56 | 0.67 | 2.22 | 8.00 | 35.00 |
| 15 | การค้า | 2.26 | 4.77 | 25.04 | 49.17 | 5.83 | 1.15 | 4.86 | 9.38 | 0.00 |
| 16 | ัญชีพืช สัตว์ และอาหารสัตว์แปรรูป | 1.78 | 14.86 | 16.00 | 51.57 | 8.34 | 0.79 | 2.16 | 6.49 | 0.00 |

แหล่งที่มา: สรุปจากรายงาน การวิเคราะห์และเตือนภัยด้านต้นทุนและโครงสร้างต้นทุนปี 2551: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552

บทที่ 3

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมเรื่องทฤษฎีผลประกอบการได้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการวัดประสิทธิผลและประสิทธิภาพขององค์กร ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการประกอบการขององค์กรและมีความแตกต่างไปจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเน้นไปที่ผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายมากกว่าผลลัพธ์ในระหว่างขั้นตอนการทำงาน เพื่อนำผลลัพธ์นั้นมาใช้ศึกษาผลการดำเนินการขององค์กร การทบทวนวรรณกรรมในเรื่องปัจจัยที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีลักษณะที่แตกต่างไปจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้ใช้ประโยชน์ได้จากความได้เปรียบในตำแหน่งทางการตลาด และยังมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการทรัพยากรภายใต้สภาวะการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐศาสตร์และด้านการบริหารองค์กร พบว่ายังขาดการบูรณาการปัจจัยทั้งสอง การทบทวนวรรณกรรมในมุมมองที่แตกต่างจากเดิม ทำให้ได้ข้อเสนอว่าปัจจัยการกระทำของผู้ประกอบการหรือภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการบูรณาการแนวทางด้านเศรษฐศาสตร์และด้านการบริหารองค์กรที่ทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและนำไปสู่ผลประกอบการที่แตกต่างจากวิสาหกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

3.1 ทฤษฎีผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลประกอบการขององค์กร (Organizational Performance) มีความหมายที่แตกต่างไปจาก ความหมายของประสิทธิผลองค์กร (Organizational Effectiveness) ในทางธุรกิจแล้วผลประกอบการ องค์กรหมายถึงผลการดำเนินการในขั้นตอนสุดท้ายขององค์กร (Ultimate Performance) เป็นเสมือนการมองผลที่เกิดขึ้นจากภายนอกที่ครอบคลุมมิติ 3 ด้านคือ ด้านแรกคือผลการดำเนินการ ด้านการเงิน ได้แก่ กำไร ผลตอบแทนการลงทุน ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ เป็นต้น ด้านที่สองคือผล การดำเนินการด้านการตลาด ได้แก่ ยอดขาย สัดส่วนการตลาด เป็นต้น และด้านที่สามคือผลตอบแทน

ของผู้ที่มีส่วนได้เสียกับองค์กรหรือผู้ถือหุ้น ได้แก่ ผลตอบแทนรวม มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (Economic Value Added) เป็นต้น (Devinney, Richard, Yip and Johnson, 2005) ส่วนประสิทธิผลขององค์กรหมายถึงผลการดำเนินงานที่มีความหมายที่กว้างกว่า ครอบคลุมผลประกอบการขององค์กร พร้อมทั้งผลการดำเนินการภายในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวกับประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของหน่วยงานในองค์กร รวมทั้งผลการดำเนินจากมุมมองภายนอกที่นอกเหนือไปจากผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ ดังนั้นผลประกอบการจึงเป็นส่วนหนึ่งของประสิทธิผลขององค์กร และประสิทธิผลขององค์กรเองก็ไม่มีขอบเขตตายตัวแต่ขึ้นอยู่กับความต้องการของการศึกษา (Venkatraman and Ramanujam, 1985) อย่างไรก็ตามผลประกอบการคือการวัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (Pasanen, 2003) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นตัววัดที่สามารถนำมาชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างขององค์กรต่างๆ ภายใต้วัดชี้วัดที่เป็นที่ยอมรับและเข้าใจโดยทั่วไป

3.1.1 ทฤษฎีผลประกอบการของวิสาหกิจ

การศึกษาเรื่องผลประกอบการมีรากฐานมาจากการศึกษาทฤษฎีองค์กรและการศึกษาด้านการบริหารกลยุทธ์ (Murphy, Trailer and Hill, 1996) ผลประกอบการของวิสาหกิจเป็นตัวสร้าง (Construct) ที่มีความสลับซับซ้อนและมีการวัดได้หลายมิติ (Multi-Dimensions) การประเมินผลประกอบการจึงมีอยู่หลายวิธีด้วยกันขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ของการนำไปใช้ วรรณกรรมที่ทำการศึกษานี้ได้ชี้ให้เห็นว่าการประเมินผลประกอบการแบ่งออกได้เป็น 3 มุมมอง (Ford and Schellenberg, 1982) ประกอบด้วย มุมมองแรก คือการประเมินผลประกอบการที่มุ่งเน้นเป้าหมาย (Goal Approach) องค์กรถูกจัดตั้งขึ้นมาด้วยเจตนาที่จะบรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่งเป็นการเฉพาะ องค์กรจะพยายามดำเนินการเพื่อไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายนั้น ดังนั้นผลประกอบการขององค์กรจะประเมินจากการบรรลุเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ (Etzioni, 1964) มุมมองที่สองคือการประเมินผลประกอบการจากการจัดการทรัพยากรของระบบ (Systems Resource Approach) การประเมินผลประกอบการตามมุมมองนี้ใช้ตัวแบบเชิงระบบในการอธิบาย กระบวนการทำงานขององค์กรจะมีความเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจนในการจัดหา แปรรูป และมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร และมีความต้องการพึ่งพาการแลกเปลี่ยนทรัพยากรที่จำเป็นกับสิ่งแวดล้อม ผลประกอบการจึงเป็นการประเมินการบริหารการจัดการทรัพยากรคือการประเมินความสามารถที่องค์กรจัดหาทรัพยากรที่หาได้ยากและมีคุณค่า (Yuchtman and Seashore Stanley, 1967) แต่ทั้งสองมุมมองใช้เกณฑ์การประเมินผลประกอบการเพียงหนึ่งเกณฑ์ จากมุมมองผู้ประเมินเพียงหนึ่งกลุ่ม แม้ว่าจะใช้ตัววัดหลายมิติ (Multi-Dimensional) ก็ตาม ส่วนมุมมองที่สามมาจากฐานคติที่ว่าองค์กรก่อตั้งเพื่อตอบสนอง

ความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้เสียหลายกลุ่ม (Multiple Constituencies) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีความต้องการที่แตกต่างกัน ผลประกอบการจึงต้องมีเกณฑ์การประเมินหลายด้าน ซึ่งผลลัพธ์ของแต่ละด้านอาจมีความแตกต่างกันคนละทิศทางการก็ได้ (Connolly, Conlon and Deutsch, 1980) ในทางปฏิบัติเมื่อนำเอาวิธีการประเมินผลประกอบการทั้งสามมุมมองไปใช้ก็จะพบกับปัญหาที่เป็นจุดอ่อน เช่น การกำหนดเป้าหมายจะได้รับอิทธิพลมาจากกลุ่มบุคคลในองค์กรที่อาจมีความเห็นที่แตกต่างกัน (Connolly, et al., 1980; Yuchtman and Seashore Stanley, 1967) และ เกิดขัดแย้งกันเองในองค์กรและเป้าหมายเหล่านี้ก็ไม่สามารถนำไปเปรียบเทียบกันระหว่างองค์กรได้ (Murphy, et al., 1996) ตัวอย่างเช่น ในการประเมินผลประกอบการจากการจัดการทรัพยากร แม้ว่าจะสามารถแก้ปัญหาจากมุมมองแรกได้ในเรื่องการกำหนดเป้าหมายในเรื่องทั่วไปและอาจครอบคลุมหลายมิติ แต่ก็เป็นการกำหนดมาจากกลุ่มผู้ที่มีส่วนได้เสียเพียงกลุ่มเดียวไม่สอดคล้องกับการที่องค์กรเป็นแบบระบบเปิดที่กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้เสียมีความต้องการที่แตกต่างกัน (Connolly, et al., 1980) ในขณะที่เดียวกันผลประกอบการที่สนองความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้เสียที่มีข้อดีมากกว่ามุมมองอื่น ก็จะมีขอบเขตวัตถุประสงค์ที่กว้างครอบคลุมตั้งแต่ด้านการเงินและด้านการปฏิบัติการ ดังนั้นการประเมินผลประกอบการจะต้องมีความเข้าใจต่อความต้องการที่แตกต่างกันและทำให้มีวิธีการประเมินที่หลากหลายแตกต่างกันในแต่ละวัตถุประสงค์ (Venkatraman and Ramanujam, 1985)

อย่างไรก็ตามเมื่อใช้มุมมองทางการบริหาร จะเห็นว่าผลประกอบการของวิสาหกิจสามารถมองได้จาก 3 ตัวแบบคือ หนึ่ง-ตัวแบบระบบธรรมชาติ หรือ Natural System Model เป็นการมองว่าวิสาหกิจนั้นมีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม ดังนั้นวัตถุประสงค์ขององค์กรก็คือการประกอบการเพื่อการอยู่รอด (survival) ขององค์กร, สอง-ตัวแบบมุ่งเน้นเป้าหมาย หรือ Goal-oriented Model เป็นตัวแบบที่กำหนดขึ้นตามการใช้หลักเหตุและผลที่กำหนดขึ้นมาอย่างเหมาะสมกับวิสาหกิจ ดังนั้นผลประกอบการคือการดำเนินการเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดขึ้นอย่างมีเหตุผล, และสาม-ตัวแบบผู้มีส่วนได้เสีย หรือ Multiple-Constituencies Model ซึ่งมองว่าวิสาหกิจนั้นทำงานภายใต้การควบคุมเพื่อผลประโยชน์ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนั้นผลประกอบการจึงต้องเป็นไปตามความต้องการของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ทุกกลุ่มเช่น ผู้จัดการ, เจ้าของ หรือผู้ถือหุ้น, พนักงานลูกจ้าง, ลูกค้า, และผู้ขายวัตถุดิบ เป็นต้น (Cheasakul, 2543) ซึ่งการเลือกใช้ตัวแบบอันหนึ่งอันใดหรือหลายตัวแบบพร้อมกันนั้นก็ขึ้นอยู่กับสถานะแวดล้อมที่แต่ละวิสาหกิจต้องการ สรุปได้ว่ามุมมองทางการบริหารไม่แตกต่างไปจากมุมมองต่างๆไป

ในทางปฏิบัติ ผลการประกอบการของวิสาหกิจมักจะประเมินหรือวัดจากความสามารถที่วิสาหกิจนั้นสามารถนำเสนอขายสินค้าหรือบริการของตนเองไปสู่ตลาดเป้าหมายที่ต้องการได้ (Carton, Hofer and Meeks, 1997) สอดคล้องกับที่ Pfeffer and Salancik ได้ระบุว่าผลการประกอบการ

ของวิสาหกิจคือความสามารถที่องค์กรสามารถสร้างผลลัพธ์ (Outcomes) และการดำเนินการ (Actions) ที่เป็นที่ยอมรับได้ (Pfeffer and Salancik, 1978) และสำหรับวิสาหกิจเชิงพาณิชย์ทั่วไป ผลประกอบการจะถูกกำหนดจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียคือผลลัพธ์ที่มีความสำคัญต่อผู้ประกอบการ ผู้บริหาร ลูกจ้างพนักงาน และต่อระบบเศรษฐกิจที่วิสาหกิจนั้นเป็นสมาชิกอยู่ ผลประกอบการที่ดีจะช่วยให้กิจการมีความพร้อมที่จะทำการขยายตัว มีกำไร สามารถให้ผลตอบแทนที่ดีแก่พนักงาน และมีส่วนเกินที่นำมาตอบแทนสังคมได้ (Wolff and Pett, 2006) และเมื่อมองในทางกลยุทธ์ ผลประกอบการของวิสาหกิจดูได้จากความสำเร็จ (Success) หรือ ความล้มเหลว (Failure) ในการดำเนินงานของตัวกิจการวิสาหกิจตามแผนดำเนินการ (Dess and Robinson, 1984) โดยทั่วไปแล้ว คำว่าความสำเร็จจะมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ซึ่งในทางธุรกิจความสำเร็จหมายถึงการบริหารงานที่เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดไว้ (Jennings and Beaver, 1997) และความสำเร็จนี้มักจะวัดกันด้วยผลการประกอบการด้านการเงิน (Financial Performance) เป็นหลัก

มุมมองการประเมินผลประกอบการเชิงประจักษ์ของวิสาหกิจ โดยทั่วไปสามารถวัดได้โดยแบ่งออกเป็นกลุ่ม 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแรกคือการวัดการเติบโต (Growth) ซึ่งรวมถึงการวัดรายได้ จำนวนพนักงาน ส่วนแบ่งตลาด เป็นต้น กลุ่มที่สองคือการวัดการทำกำไร (Profitability) ได้แก่การวัด กำไร อัตราการทำกำไร ผลตอบแทนการลงทุน เป็นต้น และกลุ่มที่สามคือการวัดความอยู่รอด (Survival) ได้แก่ จำนวนปีที่วิสาหกิจเปิดดำเนินการ และอัตราส่วนทางการเงินต่างๆ ซึ่งแสดงสถานะความเหมาะสมทางการเงินขององค์กร เป็นต้น (Pasanen, 2003) มีการศึกษาจำนวนมากยืนยันว่าการเติบโตเป็นดัชนีที่สำคัญที่สุดในการประเมินผลประกอบการของวิสาหกิจว่าจะสามารถอยู่รอดได้หรือไม่โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Brush and Vanderwerf, 1992) การวัดด้านการเงิน เช่น การทำกำไรเป็นการประเมินผลประกอบการที่ใช้ได้ดีกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ เป็นการวัดที่ต้องการข้อมูลด้านรายได้และต้นทุนที่ครบถ้วนถูกต้อง แต่สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อมแล้ว มีต้นทุนหลายส่วนที่ไม่ได้นำมาบันทึกอย่างชัดเจนตรงไปตรงมาเหมือนวิสาหกิจขนาดใหญ่เช่น ต้นทุนจากการช่วยเหลือแรงงานจากภายในครอบครัว การใช้สินทรัพย์เดิมที่มีอยู่ เป็นต้นซึ่งเป็นเรื่องที่ยากที่จะคำนวณต้นทุนที่เหมาะสมได้ยากในวิสาหกิจระดับนี้ ดังนั้นการวัดด้านการเงินอาจจะได้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนและไม่สามารถเป็นตัวแทนการวัดผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้อย่างถูกต้อง

จากการศึกษาของ Pasanen (2003) เรื่องการประเมินผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะนั้น สรุปได้ว่าการประเมินผลประกอบการควรวัดให้ครอบคลุมการดำเนินงาน ประกอบด้วย ยอดขายต่อปี (Annual Sales), กำไรขั้นต้น (Gross Margin), กระแสเงินสด

ในการดำเนินงาน (Operating Cash Flow) และ กำไรสุทธิ (Net Profit) (Whiting, 1986) สำหรับผลประกอบการด้านการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นที่นิยมใช้ได้แก่ กำไร, ผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment –ROI), ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Assets – ROA), กระแสเงินสด (Cash flow), กำไรขั้นต้น (Gross margin), และ อัตราส่วนทางการเงินอื่นๆ (Little, Mazumdar and Page, 1987; Luk, 1996) ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) ก็ใช้ในการประเมินผลประกอบการได้สำหรับวิสาหกิจได้ (White and Hamermesh, 1981)

3.1.2 ลักษณะสำคัญของผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การตรวจสอบผลการดำเนินงานขององค์กรและวิสาหกิจที่ดำเนินกิจการทางธุรกิจจะกระทำโดยการประเมินผลงานหรือผลประกอบการขององค์กร ซึ่งความเหมาะสมและความแม่นยำในการประเมินผลประกอบการขององค์กรเป็นสิ่งที่ต้องใช้ความรอบคอบอย่างมาก โดยเฉพาะผลประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Murphy, et al., 1996) ทั้งนี้เป็นเพราะว่าผลประกอบการขององค์กรหรือวิสาหกิจคือตัวสร้างที่สำคัญที่สุดประเภทหนึ่งในการศึกษาผลที่เกิดขึ้นจากการบริหารและการจัดการองค์กร และเป็นตัววัดที่สำคัญในการบ่งบอกถึงความสำเร็จและการอยู่รอดในการดำเนินกิจการเชิงพาณิชย์ของวิสาหกิจ ผลประกอบการได้รับการยอมรับว่ามีบทบาทที่สำคัญต่อการประเมินผลงานขององค์กร และเป็นตัววัดที่ตรงประเด็นในการชี้บ่งความอยู่รอดขององค์กร (Devinney, et al., 2005) การเลือกใช้วิธีการประเมินผลประกอบการที่ไม่เหมาะสมต่อประเด็นที่ศึกษา อาจจะทำให้เกิดความเข้าใจต่อสิ่งที่ต้องการศึกษานั้นผิดพลาดไปรวมทั้งอาจจะเป็นการหวังเหินยั่วต่อการพัฒนาทฤษฎีและเกิดความยากต่อการอธิบายพฤติกรรมของการประกอบการด้วย (Murphy, et al., 1996) การศึกษาผลการดำเนินการขององค์กรส่วนมากจะใช้ผลการประกอบการเป็นตัวแปรตามและมักจะศึกษาว่าปัจจัยหรือตัวแปรอิสระใดที่มีความสัมพันธ์และสามารถนำมาใช้อธิบายการเกิดการเปลี่ยนแปลงของผลประกอบการได้ (March and Sutton, 1997) การใช้แนวทางการศึกษาแบบนี้ควรที่จะคำนึงถึงความซับซ้อนที่เกิดมาจากวิธีการประเมินผลประกอบการ ที่อาจจะมาจากความไม่เสถียรของผลประกอบการที่เกิดมาจากผลของการแข่งขัน หรืออาจจะมาจากประเด็นความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลที่มีความซับซ้อนของปัจจัยอิสระต่างๆ หรืออาจจะมาจากข้อจำกัดของข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูล (March and Sutton, 1997)

จากวรรณกรรมการศึกษาเรื่องผลประกอบการ เมื่อนำมาพิจารณาในบริบทของการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้ว ลักษณะสำคัญของผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ควรคำนึงถึงมีดังต่อไปนี้

1) ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรเป็นการประเมินในหลายมิติทั้งทางด้านการเงินและด้านอื่นๆ (Dess and Robinson, 1984; Devinney, et al., 2005) โดยหลักทั่วไปแล้วการประเมินผลประกอบการจะมีกรอบแนวคิดหลัก 3 วิธี (Ford and Schellenberg, 1982) ได้แก่ แนวทางมุ่งเน้นเป้าหมาย (Etzioni, 1964) ใช้เป้าหมายที่กำหนดขึ้นเป็นตัววัดพฤติกรรมขององค์กร, แนวทางทรัพยากรของระบบ (Yuchtman and Seashore Stanley, 1967) ที่เห็นว่าทรัพยากรหลักทั้งภายนอกและภายในเป็นปัจจัยที่กำหนดผลประกอบการขององค์กร และแนวทางผู้มีส่วนได้เสีย (Thompson, 1967) องค์กรจะต้องตอบสนองประโยชน์ให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สำหรับองค์กรขนาดเล็กแล้วผลประกอบการจะขึ้นอยู่กับบริหารจัดการ (Schollhammer and Kuriloff, 1979) ซึ่งเมื่อแบ่งออกตามหน้าที่ทางธุรกิจแล้ว ในด้านบัญชีการเงิน ผลประกอบการคือผลลัพธ์ทางการเงิน ด้านการตลาดผลประกอบการคือความพึงพอใจของลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาด ด้านการผลิตคือผลิตภาพและต้นทุนการผลิต ด้านองค์กรคือความพึงพอใจของพนักงานหรือประสิทธิภาพของโครงสร้างองค์กร ผลประกอบการเป็นตัววัดที่มีหลายมิติ มีข้อจำกัดที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายสิ่งที่เป็นตัวกำหนดการวัดผลประกอบการ ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนได้เสีย กลยุทธ์และสภาพแวดล้อมการแข่งขัน และกรอบเวลาที่วัด (Devinney, et al., 2005)

2) ผลประกอบการไม่ควรนำเอามิติต่างกันมารวมกันเป็นผลรวมแบบองค์ประกอบ (Composite Variable) เนื่องจากทำให้ผลประกอบการรวมนั้นมีความหมายที่คลาดเคลื่อนไป (Venkatraman and Ramanujam, 1985) โดยที่ผลประกอบการเป็นการประเมินผลการดำเนินการขั้นสุดท้ายของวิสาหกิจ และมีหลายมิติขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการประเมินที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นผลตอบแทนด้านการเงิน ความสามารถในการบริหารการผลิตหรือการบริการ การเจริญเติบโตขององค์กร ความมั่นคงในการดำเนินกิจการ การนำเอาผลประกอบการเหล่านี้มาทำเป็นดัชนีรวมหรือแบบองค์ประกอบจะทำให้การศึกษาปัจจัยที่เป็นสาเหตุของผลประกอบการเกิดข้อขัดแย้งและทำให้ความหมายของผลประกอบการรวมคลาดเคลื่อนไป

3) การประเมินผลประกอบการขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่จะนำไปใช้ วัตถุประสงค์เป็นเรื่องสำคัญในการกำหนดว่าจะใช้ตัวแปรใดเพื่อประเมินผลประกอบการ เนื่องจากว่าการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งนั้นอาจจะทำให้เกิดผลลัพธ์ออกมาในหลาย ๆ ด้านที่มีความเกี่ยวพันกัน (Devinney, et al., 2005) ซึ่งการประเมินผลประกอบการจะต้องสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือตัวแปรอิสระที่มีต่อผลการประกอบการ โดยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลกับผลประกอบการหรือตัวแปรตาม (Devinney, et al., 2005; Venkatraman and Ramanujam, 1987) เนื่องจากองค์กรเป็นเครื่องมือในการบรรลุจุดมุ่งหมาย การประเมินผลประกอบการขององค์กรยังขาดความแน่นอน องค์กรแต่ละประเภทมีจุดมุ่งหมายที่แตกต่างกันทำให้การเปรียบเทียบผลประกอบการเกิด

ความเห็นที่แย้งกัน โดยทั่วไปการวิจัยด้านองค์การจะใช้ผลประกอบการเป็นตัวแปรตาม แต่ก็พบว่า มีปัญหาที่ยุ่งยากสำคัญในการใช้ผลประกอบการเป็นตัวแปรตาม 3 ประเด็นคือ ประเด็นแรก ปัจจัย ต้นที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการ เป็นสิ่งที่มีการลอกเลียนแบบกันได้ตามทฤษฎีสถาบัน (DiMaggio and Powell, 1983) ซึ่งในที่สุดปัจจัยเหล่านี้ก็ไม่สามารถสร้างความแตกต่างของผล ประกอบการระหว่างองค์การ ประเด็นที่สอง การสร้างกรอบแนวคิดเชิงเหตุและผล จากปัจจัยต้นที่มีผลต่อผลประกอบการในทิศทางเดียว โดยขาดการพิจารณาผลกระทบย้อนกลับที่ผลประกอบการ ที่มีต่อปัจจัยต้น อาจทำให้การศึกษาผิดพลาดได้ และประเด็นที่สาม ผู้ให้ข้อมูลอาจจะไม่มีความเอนเอียงในการให้ข้อมูลของปัจจัยต้น ที่สนับสนุนผลประกอบการเนื่องจากได้รับรู้ถึงผลประกอบการ แล้ว ซึ่งทำให้การสร้างกรอบแนวคิดเชิงเหตุและผลที่มีผลประกอบการเป็นตัวแปรตามเป็นสิ่งที่ จะต้องมีความชัดเจนต่อปัญหาข้างต้น (March and Sutton, 1997)

4) ผลประกอบการทั้งด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงิน สามารถใช้วิธีการ ประเมินได้ทั้งแบบวัดตัวชี้วัดและแบบอัตตวิสัย การวัดแบบวัดตัวชี้วัดคือการใช้ข้อมูลที่เป็นบันทึกมาจาก ระบบบัญชี ซึ่งแม้ว่าจะมีวิธีการที่มีกฎระเบียบที่รัดกุมแต่ก็ยังสามารถเบี่ยงเบนไปได้ด้วยเหตุผล ทางการบริหาร ความผิดพลาดของผู้บันทึก และวิธีการบันทึก จุดอ่อนที่สำคัญคือมีโครงสร้างการ บันทึกที่แน่นอน ถ้าต้องการวัดในสิ่งที่ไม่ได้ออกแบบไว้ก็ต้องจัดหาหรือดัดแปลงการบันทึกหรือ ประมวลผล และข้อมูลทางบัญชีเป็นข้อมูลในอดีตไม่ได้สะท้อนผลประกอบการในอนาคต สำหรับการวัดแบบอัตตวิสัยทำให้การเข้าถึงข้อมูลจากการสอบถามโดยตรงจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่ต้องติดขัดกับ กฎระเบียบทางบัญชีและสามารถทำได้ทุกระดับในองค์การ (Devinney, et al., 2005) การวัดเชิง อัตตวิสัยมีความถูกต้องเพียงพอและสามารถใช้แทนข้อมูลที่ได้จากการวัดเชิงวัดตัวชี้วัดได้ การศึกษา เชิงประจักษ์พบว่าการใช้ข้อมูลที่ได้จากตัวแทนผู้บริหารไม่มีความลำเอียงจนทำให้ไม่สอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงวัดตัวชี้วัดที่เก็บรวบรวมจากแหล่งทุติยภูมิ และข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิก็มีความน่าเชื่อถือ กว่าข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ สำหรับการวัดการเติบโตของยอดขาย การวิจัยพบว่าข้อมูลที่ได้จากการ วัดเชิงอัตตวิสัยสามารถใช้แทนข้อมูลที่ได้จากการวัดเชิงวัดตัวชี้วัดได้ แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าวิธี ไหนดีกว่ากัน (Venkatraman and Ramanujam, 1987) เนื่องจากการวัดผลประกอบการเชิงวัดตัวชี้วัด ขององค์การขนาดเล็กให้ผลออกมาไม่แน่นอนจากสาเหตุความไม่ชัดเจนของสิ่งที่ต้องการวัดและ การไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลทางบัญชีที่แท้จริง มีงานวิจัยที่ใช้ข้อมูลเชิงอัตตวิสัยในการวัด ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ การเติบโตของยอดขายแทนข้อมูลเชิงวัดตัวชี้วัด โดยทำการเก็บข้อมูลจาก การสอบถามกลุ่มผู้บริหารขององค์การ พบว่าข้อมูลเชิงอัตตวิสัยสามารถใช้แทนข้อมูลเชิงวัดตัวชี้วัด ได้อย่างน่าเชื่อถือ

ในด้านการเก็บข้อมูลผลประกอบการเชิงประจักษ์ มีการใช้วิธีการเชิงวัดตัวชี้วัดที่สามารถ เก็บรวบรวมข้อมูลได้จากบันทึกทางบัญชีและการบริหาร และวิธีการวัดผลประกอบการเชิงอัตต

วิธีซึ่งสามารถเก็บข้อมูลจากมุมมองผู้ประกอบการ หรือจากผู้ที่ทำงานในองค์กร (Campbell, 1977) งานวิจัยหลายชิ้นได้แสดงให้เห็นว่ามาตรวัดแบบอัตตวิสัยสำหรับผลประกอบการสามารถให้ผลที่สอดคล้องกับมาตรวัดผลประกอบการแบบวัดถุวิสัยที่มีความน่าเชื่อถือและความแม่นยำสูง (Dess and Robinson, 1984; Venkatraman and Ramanujam, 1987; Yang, 2006) ตัวอย่างเช่น วิธีการวัดผลประกอบการแบบประเมินผลด้วยตนเอง (Self-Assessment) โดยการเปรียบเทียบกับผลงานปีที่ผ่านมาในหัวข้อ อัตราการเติบโตของยอดขาย การเติบโตของยอดขายเมื่อเทียบกับคู่แข่ง การเพิ่มขึ้นของพนักงาน มูลค่าของตลาดที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับคู่แข่ง กำไรจากการประกอบการ ผลตอบแทนจากสินทรัพย์ ผลตอบแทนจากการลงทุน และภาพรวมในการประกอบการ (Yang, 2006) การใช้การประเมินเชิงอัตตวิสัยแบบประเมินผลด้วยตนเองนั้นมีข้อดีที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือสามารถใช้กับข้อมูลวิสาหกิจแบบตัดขวาง (Cross-Sectioned) ที่วิสาหกิจที่มาจากคนละภาคของอุตสาหกรรมมีพื้นฐานความแตกต่างกันในขนาดของการลงทุนและการประกอบกิจการมาศึกษาพร้อมกันได้ (Kauranen, 1993) สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแล้วเป้าหมายและวัตถุประสงค์อาจจะไม่ได้อยู่ที่ด้านการเงินเพียงอย่างเดียว แต่ความสำเร็จอาจจะอยู่ที่ความต้องการเป็นอิสระ หรือต้องการสนองต่อความต้องการรูปแบบการใช้ชีวิตส่วนตัว ของผู้ประกอบการเป็นต้น ซึ่งการวัดผลในลักษณะนี้สอดคล้องกับการศึกษาที่ใช้วิธีการประเมินผลประกอบการเชิงอัตตวิสัย (Subjective Assessment) แทนการวัดผลประกอบการด้านการเงินเพียงอย่างเดียว (Powell, 1992; Robinson Jr and Pearce, 1988) มีงานวิจัยที่แนะนำให้ใช้การวัดผลประกอบการทั้งแบบวัดถุวิสัยและอัตตวิสัยไปด้วยกันสำหรับการวัดผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดเล็ก (Lumpkin and Dess, 1996)

5) การประเมินผลประกอบการใช้ทั้งการวัดด้านการเงินและด้านที่ไม่ใช่การเงิน (Devinney, et al., 2005) และผลประกอบการทั้งสองประเภทสามารถใช้ร่วมกันเพื่อแสดงผลประกอบการที่ลดปัญหาจุดอ่อนของแต่ละด้านได้ (Chakravarthy, 1986; Maltz, 2000; Murphy, et al., 1996) การสำรวจงานวิจัยในช่วงปี ค.ศ. 1987 – ค.ศ. 1993 พบว่าการประเมินผลประกอบการที่ใช้มักจะอยู่ใน 8 มิติ (Murphy, et al., 1996) ประกอบด้วย ประสิทธิภาพ, การเติบโต, กำไร, ขนาด, สภาพคล่อง, ความสำเร็จ, ส่วนแบ่งการตลาด, และโครงสร้างของทุน แต่ที่ใช้มากที่สุดคือกลุ่มการวัดด้านการเงิน ประกอบด้วย ประสิทธิภาพ การเติบโต และกำไร แต่การใช้การวัดทางการเงินนี้ไม่เหมาะกับยุคที่อุตสาหกรรมมีสินค้ามากมาย ตลาดมีความผันผวน และมีต้นทุนคงที่ในสัดส่วนที่สูง (Lemak, Austin, Montgomery, and Reed, 1996) สภาพแวดล้อมในปัจจุบันทำให้การประเมินผลประกอบการต้องการตัววัดทั้งจากด้านการเงินและด้านอื่นด้วย ในงานวิจัยหลายครั้งที่พบว่าการวัดที่ไม่ใช่ด้านการเงินมีข้อดีในการชี้ให้เห็นความก้าวหน้าในระยะยาว (Rees and Sutcliffe, 1994)

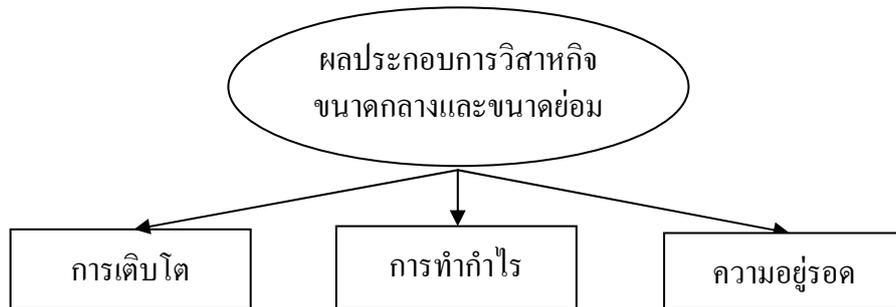
นอกจากนั้นการประเมินผลประกอบการทางการเงินเพียงบางมิติก็ไม่สามารถให้ผลที่น่าเชื่อถือว่า วิสาหกิจเหล่านั้นมีความแตกต่างกันในการประกอบการ (Chakravarthy, 1986) ดังนั้นการประเมินผลประกอบการต้องการตัววัดที่มีหลายมิติ และประกอบด้วยตัววัดทั้งด้านการเงินและด้านอื่น ๆ (Kaplan and Norton, 1992)

3.1.3 องค์ประกอบของผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น การประเมินผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถแสดงออกมาได้ด้วยการวัดเพียงมิติเดียว (Murphy et al., 1996) แต่ควรประเมินในหลายมิติเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร และกับวัตถุประสงค์ของการประเมินผลประกอบการ (Divenney et. al, 2005) ทั้งนี้เป็นเพราะมิติของผลประกอบการเพียงประเภทเดียวไม่สามารถให้ความน่าเชื่อถือที่แน่นอนออกมาได้ และการกำหนดหรือเลือกมิติของผลประกอบการควรมีการอธิบายถึงความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุเป็นผลระหว่างปัจจัยอิสระที่เป็นต้นเหตุที่ทำให้เกิดกับมิติผลประกอบการประเภทนั้น (Venkataraman and Ramanujam, 1987) จึงจะทำให้การประเมินผลประกอบการนั้นมีความน่าเชื่อถือ

อย่างไรก็ตาม Murphy et al. (1996) ได้วิจัยการประเมินผลประกอบการทั้งด้านการเงินและด้านอื่น ๆ ของวิสาหกิจจำนวน 1,798 แห่งเพื่อนำเสนอมิติของผลประกอบการในการวิจัยภาวะผู้ประกอบการ พบว่ามีจำนวนรายการที่น่าสนใจในการวัดผลประกอบการมากถึง 19 รายการ แต่เมื่อนำมาจัดเป็นกลุ่มการวัดผลประกอบการแล้วสามารถจัดแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทคือ ประเภทแรกคือสภาพคล่องทางการเงินจากอัตราส่วนทางการเงิน การวัดประเภทนี้ประกอบด้วยอัตราส่วน Quick Ratio และ Current Ratio ประเภทที่สองคือประสิทธิภาพของการลงทุน ประกอบด้วยผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และผลตอบแทนต่อยอดการลงทุน ประเภทที่สามคือผลตอบแทนการลงทุนประกอบด้วยกำไรต่อหุ้น และ รายได้สุทธิ และประเภทที่สี่คือประสิทธิผลการดำเนินงานจากจำนวนพนักงานและยอดขาย

อย่างไรก็ตาม ผลประกอบการที่ได้รับผลมาจากการดำเนินธุรกิจจากภาวะผู้ประกอบการเมื่อพิจารณาจากนิยามความหมายของภาวะผู้ประกอบการซึ่งหมายถึงการที่ผู้ประกอบการดำเนินการใช้กลยุทธ์เพื่อการแสวงหาโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจพร้อมกับการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อนำมาใช้ให้บรรลุโอกาสที่หามาได้ ผลการประกอบการที่เกิดมาจากการกระทำโดยภาวะผู้ประกอบการทำให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ 3 มิติ (Pasanen, 2003) ดังนี้



การเติบโต หมายถึง การขยายตัวจากการดำเนินงานของวิสาหกิจทั้งในด้านของรายได้และจำนวนสินค้าที่จำหน่าย จาก การเพิ่มขึ้นของยอดขาย (Sales Growth) การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด (Market Share Growth) การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) และการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (Employee Growth)

การทำกำไร หมายถึง ผลการดำเนินการด้านการเงิน ประกอบด้วย กำไรต่อยอดขาย (Return on Sales) ผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment) กำไรขั้นต้นของกิจการ (Gross Profit) และกำไรสุทธิของกิจการ (Net Profit)

ความอยู่รอด หมายถึง ความสามารถของวิสาหกิจในการดำเนินกิจการได้ต่อไป แสดงออกมาจากการวัดอัตราส่วนการเงิน Current Ratio และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset)

ซึ่งข้อสรุปของมิติการวัดข้างต้นสอดคล้องกับมิติการวัดผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดเล็กที่ Murphy et al. (1996) ได้ทำการวิจัยเอาไว้

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลประกอบการที่ดีย่อมเป็นที่ต้องการของวิสาหกิจที่ก่อตั้งขึ้นมาตามวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์ ที่ผ่านมามีปัจจัยที่ทำให้เกิดผลประกอบการที่ดีของวิสาหกิจได้รับการศึกษาทางด้านเศรษฐศาสตร์การบริหารและด้านพฤติกรรมและสังคมวิทยาขององค์กร ส่วนมากแล้วเป็นการศึกษาแยกออกจากกัน (Hansen and Wernerfelt, 1989) แต่จากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่ทำให้ปัจจัยที่ผลต่อผลการประกอบการเหล่านี้นอกจากจะมีการเปลี่ยนแปลงไปแล้ว การนำเอาแนวคิดทั้งสองด้านมาบูรณาการก็เป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับวิสาหกิจยุคใหม่ที่สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะมุมมองการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างไปจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ ปัจจัยการดำเนินการของผู้ประกอบการที่เป็นปัจจัยที่เกิดมาจากความหลากหลายของทฤษฎีเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อผลการประกอบการที่ดีและยังสามารถสร้างความแตกต่างไปจากวิสาหกิจอื่นด้วย

3.2.1 ทฤษฎีที่มีผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ

โดยทั่วไปทฤษฎีที่นำเสนอปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการนั้นแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง (Hansen and Wernerfelt, 1989) แนวทางแรกเป็นแนวทางด้านเศรษฐศาสตร์ที่ให้ความสำคัญของตลาด (Market) ที่เป็นปัจจัยภายนอก และอีกแนวทางหนึ่งเป็นแนวทางด้านพฤติกรรมและสังคมวิทยาที่เป็นปัจจัยภายในองค์กร (Organization) ที่เหมาะสมกับสภาวะการแข่งขัน ตัวแบบทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Model) ให้ความสำคัญต่อการที่องค์กรวิสาหกิจนั้นเป็นส่วนหนึ่งของระบบตลาด ดังนั้นองค์กรจะปรับตัวในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เข้ากับลักษณะของอุตสาหกรรม (Industry characteristics) ต้องพิจารณาจากตำแหน่งการแข่งขันเมื่อเทียบกับคู่แข่งและจากการสรรหาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร สำหรับตัวแบบด้านองค์กร (Organizational Model) ใช้ทฤษฎีพฤติกรรมองค์กรและทฤษฎีองค์กร ซึ่งเป็นการศึกษาปัจจัยภายในจากโครงสร้าง ระบบ และตัวบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพองค์กร โดยเห็นว่าผู้บริหารหรือนำหน้าหน้าที่กำหนดบริบทองค์กรจากโครงสร้าง ระบบการทำงาน และบทบาทหน้าที่ของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร การศึกษาเชิงประจักษ์จำนวนมากที่ศึกษาผลประกอบการของวิสาหกิจได้ใช้แนวทางแต่ละด้านทำการศึกษา แต่มีการศึกษาในจำนวนที่น้อยมากที่ได้นำเอาแนวทางของปัจจัยทั้ง 2 ด้านมาบูรณาการการศึกษาเป็นปัจจัยที่มีผลต่อผลประกอบการพร้อมกัน (Hansen and Wernerfelt, 1989)

จากวรรณกรรมที่ผ่านมาของแนวทางด้านเศรษฐศาสตร์ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลประกอบการนั้นเกิดขึ้นได้จาก 4 มุมมอง (Grimm, et al., 2006) คือ

- 1) มุมมองด้านเศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก (Neoclassic Economy) ผลประกอบการขึ้นอยู่กับข้อมูลการแข่งขันที่เชื่อมโยงอยู่กับองค์ประกอบของตลาด ถ้าเป็นตลาดที่สมบูรณ์ (Perfect Market) ผู้บริโภคส่วนใหญ่ทราบข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า การสร้างความได้เปรียบจึงเกิดขึ้นได้โดยการเลือกใช้เทคโนโลยีผ่านกระบวนการการเปลี่ยนแปลงวัตถุดิบไปสู่สินค้าเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสร้างกำไรได้สูงสุด สำหรับตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Market) ในระยะสั้นกลไกในการสร้างกำไรสูงสุดได้มาจากการกำหนดราคาขายส่วนเพิ่ม (Marginal Revenue) ให้เท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่ม (Marginal Cost) ในขณะเดียวกันก็สร้างความแตกต่างของสินค้าเพื่อรักษากำไรในระยะยาวไว้ด้วย ในตลาดแบบผูกขาด (Monopoly) ผู้บริโภคทราบเรื่องการมีกำแพงป้องกันการแข่งขันในระยะยาว บริษัทที่ผูกขาดจึงกำหนดราคาขายเพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด และตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly) การกำหนดราคาขายขึ้นอยู่กับข้อมูลปริมาณสินค้าหรือราคาขายของผู้ขายรายอื่น หรือผู้นำตลาดจะเป็นผู้กำหนดราคาขายที่ตนเองพอใจ

- 2) มุมมองด้านเศรษฐศาสตร์องค์กรอุตสาหกรรม (Industrial Organization Economy) เป็นมุมมองที่แบ่งตลาดการแข่งขันออกตามภาคอุตสาหกรรมเพื่อใช้ในการกำหนดกล

ยุทธการแข่งขัน ผลประกอบการของอุตสาหกรรมขึ้นอยู่กับลักษณะของโครงสร้าง (Structure) ที่หมายถึงจำนวนวิสาหกิจที่มีในอุตสาหกรรมนั้น และการกระทำหรือการดำเนินการ (Conduct) เชิงกลยุทธ์หรือยุทธวิธีของวิสาหกิจที่ขึ้นอยู่กับระดับความเข้มข้นในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ราคา ผลិតภัณฑ์ การโฆษณา การวิจัยพัฒนาสินค้า การสร้างนวัตกรรมใหม่ เป็นต้น ผลประกอบการ (Performance) ที่เกิดขึ้นก็เป็นผลรวมของผลการดำเนินการของแต่ละวิสาหกิจ ที่เป็นตัวแทนของผลการผลิต การเติบโตของสินทรัพย์ การสร้างนวัตกรรม เป็นต้น มุมมองเศรษฐศาสตร์องค์กรอุตสาหกรรมในยุคแรกให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ทำให้เกิดความเข้มข้นของการเป็นคู่แข่ง และทำให้เกิดความเข้าใจในการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเป็นคู่แข่งกันได้แก่ ความยืดหยุ่นของความต้องการ ความเป็นเอกพันธ์ของสินค้า ส่วนแบ่งการตลาดของวิสาหกิจที่เป็นผู้นำในการแข่งขัน การรวมตัวเป็นกลุ่ม เป็นต้น ในระยะต่อมาเป็นการศึกษาลงในระดับกลุ่มวิสาหกิจหรือระดับองค์กรในอุตสาหกรรม ปัจจัยลักษณะและกลยุทธ์ที่มีผลต่อผลประกอบการในระดับวิสาหกิจ เช่น ขนาดวิสาหกิจ ค่าใช้จ่ายการโฆษณา ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา เป็นต้น มีผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ ซึ่งเป็นการศึกษาการกำหนดตำแหน่งและความสัมพันธ์ขององค์กรกับคู่แข่งในอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตามมุมมองเศรษฐศาสตร์องค์กรอุตสาหกรรมก็มีขีดจำกัดที่มีฐานคิดว่าอุตสาหกรรมที่ศึกษาอยู่ในสภาพสมดุลย์ และเป็นการศึกษาที่ให้ความสำคัญต่อปัจจัยภายในน้อย

3) มุมมองด้านเศรษฐศาสตร์องค์กรอุตสาหกรรมใหม่โดยใช้ทฤษฎีการแข่งขัน (Game Theory) ในสถานะการณ์ของแต่ละอุตสาหกรรม จะมีจำนวนวิสาหกิจที่เข้ามาแข่งขันกัน ดำเนินธุรกิจ การแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบขึ้นอยู่กับการดำเนินการและการตอบโต้จากคู่แข่งในอุตสาหกรรมนั้น ผลประกอบการจะขึ้นอยู่กับการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่จะดำเนินการของแต่ละวิสาหกิจ ขึ้นอยู่กับการคาดการณ์ว่าคู่แข่งจะใช้กลยุทธ์อะไรในการตอบโต้ ผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนั้นจะขึ้นอยู่กับความสามารถของกลยุทธ์ที่นำมาใช้ ตัวอย่างเช่น ความรวดเร็วในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ การนำเสนอเทคโนโลยีใหม่ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างไปจากเดิม เป็นต้น ความเข้าใจต่อความเป็นไปได้ที่คู่แข่งจะตอบโต้ด้วยกลยุทธ์ใดจะเป็นเงื่อนไขที่ทำให้วิสาหกิจเลือกกลยุทธ์ที่เกิดผลประโยชน์มากที่สุดสำหรับองค์กร วิสาหกิจจะเลือกกลยุทธ์ที่เมื่อมีการตอบโต้แล้วจะได้ผลตอบแทนต่อองค์กรสูงที่สุด

4) มุมมองการแข่งขันเชิงพลวัต (Dynamic Competition) ตามมุมมองของแนวคิดเศรษฐศาสตร์ออสเตเรียน ความสมดุลย์ในตลาดแต่ละอุตสาหกรรมนั้นเป็นสถานะการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงระยะสั้น การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจะต้องดำเนินการทำลายอย่างสร้างสรรค์หรือ Creative Destruction (Schumpeter, 1942) โดยที่การแข่งขันนั้นเกิดขึ้นจากการดำเนินการอย่าง

ผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Action) จากการสร้างหรือเปลี่ยนแปลงตลาดจากจุดที่เกิดการสมมูลด้วยการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในการแข่งขันจากความรู้หรือข้อมูลที่ยังไม่เคยมีการนำมาใช้มาก่อน สำหรับปัจจัยที่มีต่อผลประกอบการที่มาจากมุมมองด้านองค์การ เป็นการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหาร ด้านจิตวิทยา และด้านสังคมวิทยา ที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ ทำให้ตัวแบบด้านองค์การมีความหลากหลายกว่าตัวแบบด้านเศรษฐศาสตร์ จากความรู้ของทฤษฎีองค์การที่นำไปใช้ได้ดีกับการพัฒนาหรือการเปลี่ยนแปลงองค์การและความรู้ด้านพฤติกรรมองค์การที่ประยุกต์ใช้กับการพัฒนาและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์การ (Tippawan Lorsuwanarat, 2003) ปัจจัยจากทฤษฎีองค์การและพฤติกรรมองค์การเหล่านี้ได้ถูกนำมาศึกษาทั้งในด้านกว้างและด้านลึก ครอบคลุมทั้งโครงสร้างองค์การ ระบบวิธีการทำงาน รวมทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องทรัพยากรบุคคลขององค์การ ความหลายหลายของปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้การบูรณาการตัวแบบนี้กระทำได้อย่างครอบคลุมไปแล้วการศึกษาผลประกอบการจากมุมมองด้านองค์การ เป็นการศึกษาในมุมมองที่เน้นที่การมีอิทธิพลของผู้บังคับบัญชาที่มีต่อพฤติกรรมของผู้ใต้บังคับบัญชา โดยคำนึงถึงโครงสร้างการบริหารที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการ การวางแผน การให้รางวัลใจ การควบคุม การให้ข้อมูล ความชำนาญงาน รวมทั้งบุคลิกที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์การ ดังนั้นผู้บริหารก็เป็นผู้ที่มีอำนาจเหนือผลลัพธ์ขององค์การ ด้วยการกำหนดบริบทที่เป็นสิ่งที่เหมาะสมหรือเกิดจากปฏิกิริยาของศาสตร์ด้านต่างๆ รวมกัน ในหนังสือทฤษฎีองค์การสมัยใหม่ ได้สรุปให้เห็นว่าการจัดการองค์การจะช่วยให้ นำองค์การไปสู่การประสบความสำเร็จมากขึ้น ซึ่งตัวแบบในการจัดการองค์การสามารถแบ่งออกเป็น 4 ช่วง (Tippawan Lorsuwanarat, 2003) ได้คือ

- 1) ยุคเหตุผลนิยมแบบปิด ที่ใช้รูปแบบการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ ระบบการบริหาร กฎระเบียบที่แน่นอน ตัวแบบที่ใช้เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพขององค์การคือ ตัวแบบการจัดการแบบวิทยาศาสตร์ ระบบราชการ และทฤษฎีการจัดการ
- 2) ยุคธรรมชาตินิยมแบบปิด ที่ให้ความสำคัญกับบุคคลที่ทำงานในองค์การที่มีส่วนสำคัญต่อผลการทำงานขององค์การ ตัวแบบที่ใช้เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพขององค์การคือ ตัวแบบมนุษยสัมพันธ์ ความร่วมมือ แรงจูงใจ เป็นต้น
- 3) ยุคเหตุผลนิยมแบบเปิด ที่ให้ความสำคัญในความสัมพันธ์ของสิ่งแวดล้อมกับองค์การ ตัวแบบที่ใช้เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพขององค์การคือ ตัวแบบโครงสร้างตามสถานการณ์ ตัวแบบการตัดสินใจอย่างมีเหตุผลจำกัด
- 4) ยุคธรรมชาตินิยมแบบเปิด ที่ได้เปลี่ยนแปลงมุมมององค์การไปสู่ความหมายใหม่ๆ รวมทั้งปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนั้นตัวแบบที่จะทำให้องค์การเกิดประสิทธิภาพจึงมีความ

หลายหลาย เกิดมาจากรู้ผสมผสานในลักษณะสหวิทยาการ ได้แก่ ตัวแบบการเรียนรู้องค์กร ตัวแบบวัฒนธรรมองค์กร ตัวแบบการบริหารกลยุทธ์ตามสถานการณ์ ตัวแบบนิเวศน์วิทยาของประชากร ตัวแบบการพึ่งพาทรัพยากร ตัวแบบสถาบัน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีงานวิจัยที่ได้นำปัจจัยต่างๆทั้งจากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์และทฤษฎีองค์กรและพฤติกรรมองค์กรมาทำการศึกษาความสัมพันธ์ที่มีต่อผลประกอบการขององค์กรวิสาหกิจ แต่เป็นการศึกษาจากทีละด้าน การศึกษาที่น่ากลุ่มปัจจัยที่มาจากทฤษฎีทั้ง 2 ด้านมาบูรณาการเพื่ออธิบายผลที่มีต่อผลประกอบการนั้นมีการศึกษาที่น้อยมาก (Hansen and Wernerfelt, 1989) โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายใต้เงื่อนไขสถานการณ์การแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในยุคปัจจุบัน (Grimm, et al., 2006) โดยเฉพาะกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

3.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว จากการเปลี่ยนแปลงด้านสังคมและการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ทำให้การแข่งขันอยู่ภายใต้สภาวะการณ์ที่เป็นพลวัตที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ปรากฏการณ์เช่นนี้จะมีผลกระทบต่อวิสาหกิจที่ตัวองค์กรมีข้อจำกัดของการแข่งขันในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านทุน ด้านทรัพยากร ด้านบุคลากร หรือความต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการดำเนินกิจกรรมตามกลไกตลาด หรือกำหนดตำแหน่งการแข่งขันตามกลุ่มอุตสาหกรรม วิสาหกิจเหล่านี้ส่วนมากแล้วจะเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก หรือเป็นวิสาหกิจที่ก่อตั้งกิจการใหม่หรือเปิดดำเนินการได้ไม่นาน หรือเป็นองค์กรที่อยู่ในช่วงการเปลี่ยนแปลงธุรกิจ หรือแม้แต่เป็นองค์กรที่เป็นผู้ตามในแวดวงอุตสาหกรรมที่ดำเนินธุรกิจอยู่ ซึ่งสามารถกล่าวรวมๆได้ว่าเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่แน่นอน

วิสาหกิจที่อยู่ในสภาวะการแข่งขันข้างต้นย่อมต้องการกลไกหรือวิธีการที่แตกต่างไปจากวิธีการที่คู่แข่งหรือวิสาหกิจส่วนใหญ่ใช้ วิสาหกิจเหล่านี้ต้องพึ่งพาความรู้หรือความสามารถของผู้ประกอบการ ในการสร้างพัฒนาความได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อการอยู่รอดการดำเนินการของผู้ประกอบการต้องสามารถรับรู้หรือแสวงหาโอกาสจากสถานการณ์การแข่งขันที่เป็นอยู่ และสามารถบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจนั้นด้วยการดำเนินการที่เหมาะสมกับระดับความสามารถของทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวเรียกว่าการดำเนินการของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Actions) หรือภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) (Grimm, et al., 2006)

การดำเนินการของผู้ประกอบการหรือภาวะผู้ประกอบการหมายถึงกระบวนการหรือสิ่งที่เกิดจากการกระทำในความรู้สึกรับผิดชอบแบบผู้ประกอบการ Bygrave and Hofer

(1991) นิยามว่าภาวะผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับหน้าที่และกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการให้ได้มาซึ่งโอกาส และสร้างสรรค์องค์การให้สามารถดำเนินการตามโอกาสนั้นได้ ส่วน Amit และคณะ (1993) เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการเป็นกระบวนการในการสร้างผลกำไรจากการใช้ทรัพยากรด้วยวิธีการใหม่ เป็นเอกลักษณ์ มีคุณค่าภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนและคลุมเครือหรือไม่ชัดเจน เช่นเดียวกับที่Shane and Venkataraman (2000) ได้ยืนยันว่าภาวะผู้ประกอบการคือเหตุการณ์ที่เกิดการบรรจบกันของปรากฏการณ์สองสิ่ง สิ่งแรกคือการพบหรือประสบโอกาสทางธุรกิจที่สามารถสร้างกำไร และสิ่งที่สองคือความพร้อมในการดำเนินการเป็นผู้ประกอบการ จะขาดอย่างหนึ่งอย่างใดไม่ได้ ดังนั้นการให้คำนิยามภาวะผู้ประกอบการเฉพาะมิติของตัวบุคคลแต่เพียงด้านเดียวจึงไม่สมบูรณ์และทำให้เกิดข้อสงสัยในเรื่องหน้าที่ของภาวะผู้ประกอบการ Swedberg (2007) อ้างอิง Schumpeter (1911) ที่เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐศาสตร์ที่เกิดจากการนำเอาทรัพยากรมาใช้ในรูปแบบใหม่ เป็นการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายความสมดุลของตลาดอย่างสร้างสรรค์ (Creative Destruction) ภาวะผู้ประกอบการจึงต้องมีการกระทำหรือสร้างสิ่งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพนิ่งไปสู่สภาพที่เป็นพลวัต

ที่ผ่านมาได้มีการศึกษาเรื่องภาวะผู้ประกอบการเป็นระยะเวลากว่า 3 ทศวรรษเศษ สรุปได้ว่า ภาวะผู้ประกอบการหมายถึงกระบวนการหรือการดำเนินการของวิสาหกิจที่เกิดจากการทำหน้าที่ของบุคลากรเสมือนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการ เพื่อการแสวงหาโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจพร้อมกับสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ให้บรรลุโอกาสที่หาได้นั้นโดยวิธีการบริหารจัดการ

3.3 ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการ

3.3.1 ความหมายของผู้ประกอบการ และ ภาวะผู้ประกอบการ

ความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ ที่ผ่านมา มีการให้คำนิยามที่แตกต่างกันตามแต่จุดมุ่งหมายในการนำไปใช้ ดังนั้นจึงยังไม่มีคำนิยามที่เป็นทางการที่เป็นที่ยอมรับกัน โดยทั่วไป อย่างไรก็ตามในส่วนนี้ได้พบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับความหมายของ “ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)” เพื่อแสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของคำนี้ เป็นการสร้างความเข้าใจต่อบทบาทหน้าที่ของตัวผู้ประกอบการและภาวะผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ มีความหมายที่หลากหลายแตกต่างกันมาตั้งแต่มีการเริ่มใช้คำนี้มาจนถึงปัจจุบันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับแนวคิดของนักวิชาการแต่ละท่าน แม้ว่าจะมีการใช้คำนี้มาก่อนเป็นเวลานานแต่คำนิยามที่เป็นที่รู้จักกันเริ่มต้นจาก ในศตวรรษที่ 18 ผู้ประกอบการหมายถึงบุคคลที่ทำการจ้างตัวเอง (Self-Employed) ให้ทำงาน ผู้ประกอบการจะทำการซื้อสินค้าที่ราคา ณ เวลาปัจจุบันและขาย

ออกไปในอีกระดับราคาหนึ่งในอนาคต โดยผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่แบกรับความเสี่ยงเอาไว้ (Cantillon, 1730) ถัดมาในศตวรรษที่ 19 Jean Baptiste Say (1816) ให้คำนิยามว่าผู้ประกอบการ หมายถึงบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ที่รวบรวมเคลื่อนย้ายทรัพยากรไปสู่จุดที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า ทำการใช้วิธีการทุกประเภท เพื่อนำมาใช้ในการผลิต ได้แก่ การระดมทุน กำหนดค่าจ้าง กำหนดค่าเช่าที่ต้องจ่าย กำหนดราคาสินค้า และกำหนดผลตอบแทนให้กับตนเอง (Fontaine, 1999) และ John Stuart Mill (1848) เป็นผู้ที่ทำให้คำนี้ใช้กันอย่างแพร่หลายในหนังสือชื่อ Principles of Political Economy จากการที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีความสามารถที่แตกต่างจากผู้อื่น ทั้งในการแบกรับความเสี่ยงและมีความสามารถด้านการจัดการด้วย (Cunningham and Lischeron, 1991) ความหมายของผู้ประกอบการนี้ต่อมาได้รับความสนใจจากวรรณกรรมทางเศรษฐศาสตร์ น้อยลงในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 เนื่องจากนักเศรษฐศาสตร์มีความเชื่อมั่นในทฤษฎีเกี่ยวกับระบบ การตลาดที่สมบูรณ์ (Neo-Classic Economy) ที่เห็นว่าผู้บริโภคทุกคนจะมีข้อมูลข่าวสารที่เท่าเทียมกัน ทุกคนสามารถหาสินค้าหรือบริการได้ตามที่ต้องการได้และหาได้ในราคาที่ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นในระบบเศรษฐกิจจึงไม่มีบทบาทให้กับผู้ประกอบการทำหน้าที่ใดๆ ในการสร้างผลตอบแทนที่แตกต่างจากตลาด โดยกลไกทางเศรษฐกิจจะเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากธรรมชาติของกลไกการตลาดที่สมบูรณ์เท่านั้น

ในศตวรรษที่ 20 ความหมายของผู้ประกอบการมีความหลากหลายมากขึ้น เริ่มจาก Frank Knight ให้นิยามความหมายของผู้ประกอบการจากการจัดการเรื่องความเสี่ยง เป็นผู้ศึกษาแยกแยะ ความเสี่ยงออกจากความไม่แน่นอน โดยนิยามความเสี่ยงว่าคือสิ่งที่สามารถประเมินผลกระทบได้ โดยใช้ข้อมูลในอดีตและสามารถทำการประกันป้องกันความเสี่ยงเอาไว้ได้ ส่วนความไม่แน่นอน เป็นสิ่งที่ไม่สามารถประเมินผลที่เกิดขึ้นได้ เป็นเหตุการณ์เฉพาะหรือเกิดขึ้นเพียงหนึ่งครั้งหรือไม่บ่อยนัก จึงไม่สามารถนำมาทำการประกันได้ เช่นปรากฏการณ์ด้านการตลาดที่มีความไม่แน่นอน ดังนั้นผู้ประกอบการคือผู้ที่พยายามคาดเดาการเปลี่ยนแปลงของตลาด เป็นผู้แบกรับความไม่แน่นอนของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นผู้ที่ต้องทำหน้าที่บริหารจัดการ กำกับ และการควบคุม ผู้ประกอบการสามารถที่จะบริหารจัดการความเสี่ยงได้แต่ต้องยอมรับกับเรื่องความไม่แน่นอน แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่คุ้มค่าเมื่อได้รับผลตอบแทน ในตลาดนั้นผู้ประกอบการจะเปลี่ยนแปลงย้าย ธุรกรรมไปมาระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆ เมื่อพบกับความไม่แน่นอนที่ไม่ทำให้เกิดผลตอบแทนตามที่ตนต้องการก็จะเปลี่ยนไปดำเนินการที่อุตสาหกรรมใหม่จนกระทั่งในที่สุดก็ได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสม (Fontaine, 1999) Joseph Schumpeter นักเศรษฐศาสตร์ชาวออสเตรียนมีมุมมองที่แตกต่างไป จาก Knight ที่ไม่ได้สนใจเรื่องความเสี่ยง แต่ให้ความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม เห็นว่า ผู้ประกอบการนั้นคือผู้ที่นำเสนอสิ่งใหม่ (Innovator) ที่ไม่ใช่แค่ประดิษฐ์ (Inventor) ทำการ

เปลี่ยนแปลง “ตลาด” ด้วยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาผสมรวมกัน (Resource Combination) ให้กลายเป็นสิ่งใหม่ Schumpeter ได้นำเสนอแบ่งวิธีการนี้ออกเป็น 5 วิธี ได้แก่ 1) การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพใหม่ 2) การใช้วิธีการผลิตแบบใหม่ 3) การเปิดตลาดใหม่ 4) การค้นหาแหล่งซื้อวัตถุดิบใหม่ หรือการค้นหาวัตถุดิบชนิดใหม่ และ 5) การก่อตั้งกิจการใหม่ (Schumpeter, 1934) ดังนั้นผู้ประกอบการคือผู้ที่ผลักดันให้ตลาดอยู่นอกจุดสมดุล ซึ่งในความหมายนี้จะเห็นได้ว่าผู้บริหารของกิจการที่ก่อตั้งแล้วจะไม่มีคุณสมบัติของภาวะผู้ประกอบการอีกต่อไปเพราะไม่ได้เปลี่ยนแปลงสมดุลภาพของตลาด ฐานคิดที่มาของมุมมองนี้มาจาก Schumpeter เห็นว่า ผู้ประกอบการคือผู้ที่มีวิสัยทัศน์ที่ได้รับการกระตุ้นจากความฝันและความตั้งใจ ความต้องการเอาชนะ จิตใจที่ต่อสู้ ต้องการพิสูจน์ว่าตนเองเหนือกว่าผู้อื่น ผู้ประกอบการจะเป็นผู้สร้างหนทางไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ เป็นการทำลายเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destruction) ต่ออุตสาหกรรมที่ล้าหลังจากการแข่งขันที่ต้องแย่งแรงงาน วัสดุ และสินทรัพย์ ที่ทำให้ราคาของสิ่งเหล่านี้สูงขึ้น อุตสาหกรรมเดิมไม่สามารถแข่งขันได้เพราะว่าสินค้าของตนเองล้าสมัย ถูกค้ำหน้าไปนิยมสินค้าแบบใหม่ อุตสาหกรรมที่มีการลงทุนขยายตัวเนื่องมาจากการลอกเลียนแบบเพราะคาดหวังว่าผลตอบแทนนั้นจะดี แต่เมื่อมีการขยายตัว การแข่งขันเพิ่มขึ้นเกิดกำลังการผลิตมากเกินไปความต้องการ การลงทุนเริ่มหยุดชะงัก เศรษฐกิจเริ่มถดถอย แต่ถ้าการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ซึ่งหมายถึงความพยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ขึ้นยังคงมีต่อเนื่องและเป็นสิ่งที่สามารถนำไปประกอบเป็นธุรกิจได้ ก็จะเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้ประกอบการดำเนินการสิ่งใหม่ๆ ขึ้นอีก ดังนั้นภาวะผู้ประกอบการจึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตลาดโครงสร้าง เกิดการเติบโตเศรษฐกิจและส่งผลไปที่วัฏจักรธุรกิจด้วย

ในระยะต่อมามุมมองผู้ประกอบการได้เปลี่ยนไปเน้นที่การทำกำไรและการสร้างวิสาหกิจใหม่ ได้แก่ กิจกรรมของผู้ประกอบการคือการแสวงหาโอกาสใหม่ในระบบเศรษฐกิจ และความสามารถในการจัดการ (Penrose, 1963) ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่เติมเต็มความบกพร่องของ “ตลาด” ผ่านการใส่ปัจจัยเข้าไปให้ครบถ้วน เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่จำเป็นต้องสร้างวิสาหกิจขึ้นใหม่หรือทำให้วิสาหกิจเดิมดำเนินการในจุดที่ตลาดยังไม่ได้ถูกพัฒนาได้สมบูรณ์หรือดำเนินการในส่วนที่การผลิตยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างสมบูรณ์ (Leibenstein, 1968) ผู้ประกอบการเป็นผู้รับรู้และดำเนินการต่อโอกาสทางการตลาดที่พบ เป็นผู้ฉกฉวยโอกาสในการทำกำไร (Kirzner, 1979) และผู้ประกอบการคือผู้ที่สร้างวิสาหกิจใหม่ (Gartner, 1988)

จากคำนิยามที่หลากหลายข้างต้น อาจจะสรุปคำนิยามที่ครอบคลุมมุมมองของนักวิจัยเกือบทุกคนได้ว่า ผู้ประกอบการคือผู้ที่ทำหน้าที่ในการใช้โอกาสที่มีอยู่ในตลาด เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การจัดหาและนำเอาทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ ผู้ประกอบการคือผู้ที่แบกรับความเสี่ยงในระหว่างการแสวงหาโอกาสและเกิดความคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังทำหน้าที่ในการบริหารกิจกรรมของตนเอง รวมถึงการบริหารงานประจำด้วย

”ภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)” เป็นมโนทัศน์ที่พัฒนาขึ้นหลังจากมโนทัศน์ “ผู้ประกอบการ” แต่มีความหมายที่สัมพันธ์ใกล้ชิดกับความหมายของ “ผู้ประกอบการ” ที่กล่าวมาแล้ว โดยทั่วไปมักจะมีการใช้คำทั้งสองนี้สลับกันไปมาอยู่เสมอขึ้นอยู่กับบริบทในการใช้

การให้ความหมายของคำว่าภาวะผู้ประกอบการนั้นก็เป็นเพราะว่าการทำความเข้าใจเพียงแคตัวผู้ประกอบการนั้นมักจะถูกมองในขอบเขตของลักษณะเฉพาะตัวบุคคล ซึ่งไม่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจว่าภาวะผู้ประกอบการนั้นมีความสัมพันธ์และสำคัญอย่างไรกับวิสาหกิจ นักวิจัยเช่น Bygrave, Hofer, Amit , Shane เป็นต้น ได้เปลี่ยนแนวทางมาศึกษาภาวะความเป็นผู้ประกอบการ เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ไม่มีความหมายแต่เพียงตัวผู้ประกอบการ โดยทั่วไปภาวะผู้ประกอบการมีความหมายเน้นไปที่กระบวนการหรือสิ่งที่เกิดจากการกระทำในความรู้สึกรหรือความรับผิดชอบแบบผู้ประกอบการ Bygrave and Hofer (1991) นิยามว่าภาวะผู้ประกอบการเกี่ยวข้องกับหน้าที่และกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการให้ได้มาซึ่ง โอกาส และสร้างสรรค์องค์การให้สามารถดำเนินการตาม โอกาสนั้นได้ ส่วน Amit และคณะ (1993) เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการเป็นกระบวนการในการสร้างผลกำไรจากการใช้ทรัพยากรด้วยวิธีการใหม่ เป็นเอกลักษณ์ มีคุณค่าภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนและคลุมเครือหรือไม่ชัดเจน ในขณะที่ Shane and Venkataraman (2000) เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการคือเหตุการณ์ที่เกิดการบรรจบกันของปรากฏการณ์สองสิ่ง สิ่งแรกคือการพบหรือประสบโอกาสทางธุรกิจที่สามารถสร้างกำไร และสิ่งที่สองคือความพร้อมในการดำเนินการเป็นผู้ประกอบการ จะขาดอย่างหนึ่งอย่างใดไม่ได้ ดังนั้นการให้นิยามภาวะผู้ประกอบการในมิติของตัวบุคคลแต่เพียงด้านเดียวจึงไม่สมบูรณ์ ทำให้เกิดข้อสงสัยในเรื่องภาวะผู้ประกอบการ Swedberg (2007) อ้างอิง Schumpeter (1911) ที่เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐศาสตร์ที่เกิดจากการนำเอาทรัพยากรมาใช้ในรูปแบบใหม่ เป็นการทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือทำลายความสมดุลของตลาดอย่างสร้างสรรค์ (Creative Destruction) ภาวะผู้ประกอบการจึงต้องมีการกระทำหรือสร้างสิ่งที่เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสภาพหนึ่งไปสู่สภาพที่เป็นพลวัตร

แม้ว่ามโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการจะผ่านการศึกษามาเป็นระยะเวลาเพียง 3 ทศวรรษเศษ แต่จากความหมายที่กล่าวข้างต้นสรุปแล้ว อาจสรุปได้ว่า ภาวะผู้ประกอบการคือกระบวนการหรือการดำเนินการของวิสาหกิจที่เกิดจากการทำหน้าที่ของบุคลากรเสมือนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการ เพื่อการแสวงหาโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจพร้อมกับสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ให้บรรลุโอกาสที่หาได้นั้น โดยวิธีการบริหารจัดการ

ตารางที่ 3.1 สรุปคำนิยามความหมายของคำว่า ผู้ประกอบการ และ ภาวะผู้ประกอบการ เรียงตามลำดับเวลาที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 3.1 พัฒนาการของนิยามความหมายของ ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และนิยามความหมายของ ภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

| ปี ค.ศ. | ที่มา | การให้คำนิยามหรือพัฒนาการของทฤษฎีภาวะผู้ประกอบการ |
|--------------|-------------------|--|
| - | ภาษาฝรั่งเศส | ผู้รับจ้าง ผู้ซื้อ (Between-Taker) หรือคนกลาง (Go-between) |
| ยุคกลาง | - | ผู้ดำเนินการ และผู้ที่ทำหน้าที่บริหารการผลิตขนาดใหญ่ |
| ศตวรรษที่ 17 | - | ผู้ที่ยอมรับความเสี่ยงต่อกำไรหรือขาดทุนในการทำสัญญากับรัฐบาลที่กำหนดราคาตายตัว |
| 1725 | Richard Cantillon | ผู้ที่แบกรับความเสี่ยงไม่ใช่ผู้ที่เป็นเจ้าของทุน |
| 1797 | Beaudeau | ผู้ทำหน้าที่รับความเสี่ยง วางแผน กำกับดูแล บริหารองค์การ และเป็นเจ้าของ |
| 1803 | Jean Baptiste Say | ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนรวบรวมวิธีการทุกประเภทมาใช้ในการผลิต กำหนดราคาสินค้า ระดมทุน กำหนดค่าจ้าง ผลประโยชน์ค่าเช่าที่ต้องจ่าย และผลตอบแทนให้ตนเอง |
| 1876 | Francis Walker | ผู้ที่ได้รับกำไรจากความสามารถในการบริหารงาน แตกต่างกับผู้ให้เงินทุนซึ่งจะได้รับผลตอบแทนจากดอกเบี้ย |
| 1934 | Joseph Schumpeter | ผู้ประกอบการคือผู้นำเสนอสิ่งใหม่ที่ทำให้การเปลี่ยนแปลง"ตลาด"ด้วยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มารวมกันให้เกิดเป็นของสิ่งใหม่ ได้แก่ 1) การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพหรือสินค้าใหม่ 2) การใช้วิธีการผลิตแบบใหม่ 3) การเปิดตลาดใหม่ 4) การค้นหาแหล่งขายวัตถุดิบใหม่ หรือการค้นหาวัตถุดิบชนิดใหม่ และ 5) การก่อตั้งองค์การใหม่ ดังนั้นผู้ประกอบการคือผู้ที่ผลักดันให้ตลาดอยู่นอกจุดสมดุล |
| 1961 | David McClelland | ผู้ประกอบการคือผู้ที่มีพลังความสามารถในการรับความเสี่ยง |
| 1964 | Peter Drucker | ผู้ประกอบการคือบุคคลที่สร้างประโยชน์สูงสุดจากโอกาสที่มี |
| 1975 | Albert Shapero | ผู้ประกอบการมีความคิดริเริ่ม สามารถจัดการกลไกทางเศรษฐกิจและสังคม และกล้ารับความเสี่ยงจากการล้มเหลว |
| 1980 | Kart Vesper | ผู้ประกอบการถูกมองในแง่มุมมองที่ต่างกันจากนักเศรษฐศาสตร์ นักจิตวิทยา นักธุรกิจ และนักการเมือง |
| 1983 | Giffort Pinchot | ผู้ประกอบการในองค์กร (Intrapreneur) คือพนักงานที่ทำหน้าที่เสมือนผู้ประกอบการขององค์กร |

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

| ปี ค.ศ. | ที่มา | การให้คำนิยามหรือพัฒนาการของทฤษฎีภาวะผู้ประกอบการ |
|---------|------------------------|---|
| 1985 | Robert Hisrich | ภาวะผู้ประกอบการคือกระบวนการในการสร้างสิ่งที่แตกต่างด้วยคุณค่า โดยการอุทิศเวลาที่สำคัญ ความมานะ ที่ต้องใช้เงินทุน จิตวิทยา ความเสี่ยงด้านสังคม เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนทางการเงินและความพึงพอใจส่วนบุคคล |
| 1991 | Bygrave and Hofer | ภาวะผู้ประกอบการ หมายถึงการดำเนินการตามหน้าที่ และการกระทำด้านอื่นๆ ภายในวิสาหกิจ เพื่อให้ห้องค์การสามารถเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจ และสร้างหรือผลักดันให้ห้องค์การประสบความสำเร็จในโอกาสนั้นๆ |
| 1996 | คณะกรรมการยุโรป | ภาวะผู้ประกอบการคือการมีความสามารถส่วนตัวในการเปลี่ยนความคิด (Idea) ให้เป็นการกระทำ (Action) |
| 2000 | Shane and Venkataraman | ภาวะผู้ประกอบการคือการตรวจสอบ ปัจจัยที่มีผลต่อโอกาสในการสร้างสินค้าหรือบริการ ในด้านการค้นพบ การประเมิน และการใช้ประโยชน์ |
| 2007 | Kuratoand Hodgetts | ภาวะผู้ประกอบการคือกระบวนการพลวัตของวิสัยทัศน์ การเปลี่ยนแปลงและการรังสรรค์ เป็นกระบวนการที่ต้องการพลัง ความปรารถนาที่แรงกล้าและการนำเอาความคิดและทางออกที่มีไปปฏิบัติ ภาวะผู้ประกอบการจึงเป็นการกระทำด้วยความเต็มใจในการเสี่ยงความสามารถในการสร้างองค์การที่มีประสิทธิผล ความเชี่ยวชาญอย่างสร้างสรรค์ในการสรรหาทรัพยากร ความเชี่ยวชาญการสร้างแผนธุรกิจที่ชัดเจน และวิสัยทัศน์ในการมองเห็น โอกาสในขณะที่ยู่อื่นมองไม่เห็น |

แหล่งที่มา: ดัดแปลงและเพิ่มเติมจาก (Hisrich and Peters, 1995).

3.3.2 ลักษณะสำคัญของภาวะผู้ประกอบการ

การศึกษาเรื่องภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) หรือการกระทำของผู้ประกอบการ ในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมาได้มีการศึกษาในหลากหลายมุมมอง Gregoire, Noel, Dery, and Bechard (2006) ได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มของการศึกษาเหล่านี้จากการวิเคราะห์การอ้างอิงร่วม

(Co-Citation Analysis) ของบทความที่ศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้ประกอบการที่ตีพิมพ์ในวารสาร *Frontiers of Entrepreneurship Research* ในกรอบระยะเวลา 24 ปีตั้งแต่ปี ค.ศ.1981 จนถึงปี ค.ศ. 2004 ซึ่งทำให้สามารถสรุปแบ่งกลุ่มหัวข้อหลักที่ได้รับความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่องภาวะผู้ประกอบการออกเป็นด้านต่างๆ 7 ด้านประกอบด้วย เรื่องการจับงและการใช้ประโยชน์จากโอกาส (Identification and Exploitation of Opportunities), เรื่องปัจจัยที่มาก่อนและผลที่เกิดตามมาจากนวัตกรรมและพฤติกรรมของภาวะผู้ประกอบการระดับองค์กร (Antecedents and Consequences of Innovation and Entrepreneurship Firm-Level Orientation/Behaviors), เรื่องสภาวะแวดล้อมแบบพลวัตที่มีผลต่อการก่อตั้งวิสาหกิจและผลประกอบการ (Dynamics Surrounding New Venture Emergence and Performance), เรื่องคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ (Individual Characteristics of Entrepreneurs), เรื่องความอยู่รอดและการเติบโต (Survival and Growth), เรื่องการปฏิบัติของธุรกิจร่วมลงทุนและผลที่มีต่อวิสาหกิจ (The Practice of Venture Capitalists and The Contribution to Firms), และเรื่องอิทธิพลของเครือข่ายทางสังคมในภาวะผู้ประกอบการ (Influence of Social Networks in Entrepreneurship) ข้อค้นพบเหล่านี้เป็นไปในทำนองเดียวกับผลการศึกษาของ Ratnatunga and Romano (1997), Reader and Watkins (2006) และ Schildt, Zahra, and Sillanpaa (2006) (อ้างอิงในGregoire, Noel, Dery, and Bechard, 2006) จากความหลากหลายของการศึกษาเหล่านี้จึงยังไม่เกิดการบรรจบกัน (Covergence) เป็นข้อสรุปถึงบทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการหรือทฤษฎีภาวะผู้ประกอบการ (Theory of Entrepreneurship) ที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปออกมาได้ (Swedberg, 2007: 2) แต่อย่างไรก็ตามผลงานการวิจัยภาวะผู้ประกอบการดังกล่าวได้ทำให้เห็นว่าโน้ตทัศน์ภาวะผู้ประกอบการนั้นไม่ได้เป็นมโนทัศน์เดียวที่มีทฤษฎีของตนเองเป็นการเฉพาะ แต่น่าที่จะมีองค์ประกอบที่มาจากหลายทฤษฎีเข้ามาร่วมกันอธิบาย (Low and MacMillan, 1988: 140)

วรรณกรรมภาวะผู้ประกอบการในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมาแม้ว่าจะไม่สามารถสรุปออกมาเป็นทฤษฎีที่เป็นที่ยอมรับก็ตาม (Swedberg, 2007) แต่งานวิจัยที่ผ่านมาได้นำเสนอแนวคิดหรือลักษณะสำคัญของภาวะผู้ประกอบการหลายประการที่สามารถนำไปสู่การสร้างองค์ประกอบที่สำคัญของภาวะผู้ประกอบการได้ ลักษณะที่สำคัญของภาวะผู้ประกอบการ ได้แก่ ภาวะผู้ประกอบการที่มีความหมายมากกว่าเฉพาะตัวผู้ประกอบการ ภาวะผู้ประกอบการหมายถึงพฤติกรรมหรือการกระทำไม่ใช่เป็นเพียงคุณลักษณะ ภาวะผู้ประกอบการเป็นเรื่องที่ซับซ้อนที่ต้องอธิบายด้วยศาสตร์หลายสาขาเช่น ด้านภาวะผู้นำ ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ การรับรู้และใช้ประโยชน์จากโอกาสที่พบ เป็นต้น ภาวะผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดผลกระทบต่อองค์กรโดยรวมหรือต่อผลการประกอบการ ภาวะผู้ประกอบการเป็นการ

ดำเนินการที่ต้องผ่านระยะเวลาหนึ่งจึงจะเห็นผล ลักษณะเหล่านี้ได้นำเสนอข้อควรพิจารณาในการกำหนดปัจจัยในการสร้างกรอบการวิจัยภาวะผู้ประกอบการได้อย่างชัดเจนขึ้น ในส่วนนี้จะอธิบายถึงเหตุผลที่ลักษณะเหล่านี้ควรได้รับการพิจารณาในการศึกษามโนทัศน์ของภาวะผู้ประกอบการประกอบด้วย

1) ภาวะผู้ประกอบการเป็นมโนทัศน์ที่มีความซับซ้อน ไม่มีทฤษฎีใดเพียงทฤษฎีเดียวที่สามารถเชื่อมโยงปรากฏการณ์ที่เกิดจากภาวะผู้ประกอบการได้ทั้งหมด (Gartner, Shaver, Gatewood, and Katz, 1994) ภาวะผู้ประกอบการเป็นการรวมตัวกันของศาสตร์หลายด้าน (Low and MacMillan, 1988) ครอบคลุมตั้งแต่สาขาวิชาด้านการตัดสินใจ เศรษฐศาสตร์ การบริหาร สังคมวิทยา และจิตวิทยา (Amit, Glosten, and Muller, 1993) ภาวะผู้ประกอบการคือปรากฏการณ์ที่ควรได้รับการศึกษาจากหลากหลายสาขาวิชาและมุมมอง ควรมีการนำเอาทฤษฎีจากด้านเศรษฐศาสตร์ จิตวิทยา การเงิน การตลาดและการจัดการ มาร่วมกันอธิบายภาวะผู้ประกอบการ (Low, 2001) Stevenson and Jarillo (1990) ได้อธิบายถึงความเกี่ยวข้องของศาสตร์ต่างๆกับมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการประกอบด้วย ในด้านเศรษฐศาสตร์ ภาวะผู้ประกอบการคือการสร้างกำไรจากการกล้าเสี่ยงซื้อสินค้ามาเพื่อขายต่อ (Cantillon, 1931) ภาวะผู้ประกอบการทำหน้าที่ในการรวบรวมปัจจัยทรัพยากรการผลิต (Say, 1816) ภาวะผู้ประกอบการคือการสร้างนวัตกรรมใหม่จากผสมผสานทรัพยากรขึ้นมาใหม่ (Schumpeter, 1934) ภาวะผู้ประกอบการคือการตัดสินใจสร้างประโยชน์จากความไม่สมบูรณ์ของตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพให้กับระบบ (Kirzner, 1979; Leibenstein, 1968) ในด้านจิตวิทยา สรุปว่าภาวะผู้ประกอบการคือพฤติกรรมที่เกิดจากความปรารถนาในความเป็นอิสระ (Collins and Moore, 1964) และในด้านสังคมวิทยา ภาวะผู้ประกอบการเกิดมาจากภาวะผู้นำในการสร้างแรงจูงใจ (McClelland, 1961) และด้านการบริหาร ภาวะผู้ประกอบการคือการทำหน้าที่ก่อตั้งวิสาหกิจ บริหารทั่วไป และการบริหารเชิงกลยุทธ์

2) ภาวะผู้ประกอบการครอบคลุมกระบวนการทำงานระดับองค์กร หรือที่เรียกว่าภาวะผู้ประกอบการองค์กร (Corporate Entrepreneurship) เนื่องจากการทำงานเสมือนเป็นตัวผู้ประกอบการเองนั้นเป็นคุณสมบัติที่องค์กรทั่วไปมีความต้องการ (Stevenson and Jarillo, 1990) ในมุมมองของภาวะผู้ประกอบการ ตัวผู้ประกอบการจะมีความหมายในเชิงพหุพจน์มากกว่าเชิงเอกพจน์ ไม่ได้มีความหมายเพียงตัวบุคคลที่เป็นเจ้าของ แต่มีความหมายรวมถึงบุคคลอื่นในองค์กรที่มีพฤติกรรมเชิงผู้ประกอบการ (Gartner, et al., 1994) องค์กรหลายแห่งจึงพบว่าหน่วยงานหลายระดับมีพฤติกรรมบางอย่างที่เกิดขึ้นซ้ำๆคล้ายกับการกระทำของตัวผู้ประกอบการ เช่น การกล้าเสี่ยงเพื่อต้องการผลตอบแทนที่สูงขึ้น การทำงานเชิงรุก การสร้างนวัตกรรมเหนือกว่าคู่แข่ง (Covin and Slevin, 1991) ดังนั้นผลประกอบการขององค์กรจึงเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินการของภาวะผู้ประกอบการในระดับองค์กร (Covin and Slevin, 1991)

3) ภาวะผู้ประกอบการเป็นการสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากการกระทำ การศึกษาภาวะผู้ประกอบการเริ่มต้นจากการศึกษาคุณสมบัติส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ (Brazeal and Herbert, 1999) เช่นความต้องการประสบความสำเร็จ ความคิดริเริ่ม ความมั่นใจในหน้าที่ ความมุ่งมั่นต่อสัญญา การกล้ารับความเสี่ยง การตัดสินใจด้วยตนเอง คุณสมบัติเหล่านี้ไม่สามารถเป็นตัวแทนในการอธิบายภาวะผู้ประกอบการได้เป็นการเฉพาะ เพราะว่าคุณสมบัติเหล่านี้ก็ปรากฏอยู่ในบุคคลอื่นที่ประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน (Low and MacMillan, 1988) คุณสมบัติส่วนบุคคลนั้นไม่ได้ทำให้เกิดความเป็นผู้ประกอบการ แต่การกระทำต่างหากที่ทำให้สามารถเห็นความเป็นผู้ประกอบการได้ (Covin and Slevin, 1991) ดังนั้นแทนที่จะศึกษาภาวะผู้ประกอบการจากการคุณสมบัติของผู้ประกอบการจึงเปลี่ยนมาศึกษาพฤติกรรมของภาวะผู้ประกอบการ ซึ่งหมายถึงกิจกรรมและการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้โอกาสและการสร้างวิสาหกิจขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น (Bygrave and Hofer, 1991) ซึ่งหมายความว่าภาวะผู้ประกอบการคือกระบวนการที่บุคคลต่างๆ ไม่ว่าจะด้วยตนเองหรือบุคคลอื่นในองค์กร ทำการแสวงหาโอกาสโดยปราศจากการคำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่ในครอบครอง (Stevenson and Jarillo, 1990)

4) พฤติกรรมหรือการกระทำของภาวะผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ต้องการกรอบเวลาในการศึกษาถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น การดำเนินการของภาวะผู้ประกอบการเป็นกระบวนการ เช่น ในการดำเนินการของการประกอบการอาจแบ่งออกได้ถึง 6 ขั้นตอนตั้งแต่ การมองหาโอกาสทางธุรกิจ การจัดหาทรัพยากร การทำการตลาดสินค้า การผลิต การสร้างองค์กร การดำเนินการที่สอดคล้องกับกฎหมายและกฎระเบียบของสังคม (Gartner, 1985) หรือในการก่อตั้งวิสาหกิจใหม่อาจมีถึง 5 ขั้นตอนได้แก่ การประเมินโอกาส การพัฒนากรอบการทำธุรกิจ การประเมินทรัพยากรที่ต้องการ การจัดหาทรัพยากรที่ต้องการ การจัดการและการเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ (Stevenson, Roberts, and Grousbeck, 1985) ดังนั้นกรอบเวลาในการศึกษาภาวะผู้ประกอบการจึงต้องมีระยะเวลาที่ยาวเพียงพอที่แสดงให้เห็นถึงผลที่เกิดขึ้นมาจากการกระทำจากภาวะผู้ประกอบการ จึงจะทำให้ได้ผลการศึกษาที่ไม่คลาดเคลื่อน (Low and MacMillan, 1988)

5) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลน้อยกว่าปัจจัยอื่น ในมุมมองมหภาพ ปัจจัยจากสิ่งแวดล้อมภายนอกจะมีผลโดยตรงต่อองค์กร โดยการศึกษามุมมองของทฤษฎีองค์กรต่างๆ ได้แก่ทฤษฎีนิเวศวิทยาของประชากรองค์กร ทฤษฎีการพึ่งพาทรัพยากร และทฤษฎีสถาบัน พบว่าปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีผลต่อองค์กรในการกำหนดโครงสร้างองค์กร การแลกเปลี่ยนทรัพยากร การเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการภายใน และด้านอื่นๆ (Lorsuwannarat, 2003) และในการศึกษาระดับตัวองค์กร ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทำหน้าที่เป็นปัจจัยที่มาก่อน (Antecedent factor) มีอิทธิพลต่อกิจกรรมและการตัดสินใจของภาวะผู้ประกอบการ เช่นการกล้าเสี่ยง การสร้างนวัตกรรม

หรือการทำงานในเชิงรุก (Covin and Slevin, 1991) อย่างไรก็ตามในการศึกษาภาวะผู้ประกอบการทั่วไป ไม่เฉพาะในเรื่องการก่อตั้งวิสาหกิจใหม่ แต่รวมไปถึงวิสาหกิจที่ดำเนินการอยู่แล้ว ปัจจัยสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญต่อผลประกอบการน้อยกว่าปัจจัยอื่นๆที่เกิดมาจากภาวะผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้มองเห็นและใช้ประโยชน์จากโอกาสในทางธุรกิจ (Shane and Venkataraman, 2000) ผ่านการพิจารณาข้อมูลจากสิ่งแวดล้อม

6) ภาวะผู้ประกอบการมีผลต่อการประกอบการ การศึกษาภาวะผู้ประกอบการในหลายๆลักษณะได้แสดงให้เห็นถึงการกระทำที่เกิดผลต่อการประกอบการของวิสาหกิจ ภาวะผู้ประกอบการครอบคลุมพฤติกรรมหลายด้านทำให้เกิดความก้าวหน้าในด้านเศรษฐกิจขององค์กร (Low and MacMillan, 1988) การตัดสินใจกล้าเสี่ยง การสรรหาปัจจัยการผลิต การสร้างนวัตกรรมจากภาวะผู้ประกอบการสร้างการเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาด ทำให้เกิดผลตอบแทนด้านเศรษฐศาสตร์ขององค์กร (Stevenson and Jarillo, 1990) รวมทั้งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และได้รับผลตอบแทนทางการเงิน ที่มีผลต่อผลประกอบการขององค์กร (Covin and Slevin, 1991; Schollhammer, 1982) ภาวะผู้ประกอบการทำหน้าที่ใช้ทรัพยากรที่สอดคล้องกับโอกาสทางธุรกิจทำให้วิสาหกิจประสบความสำเร็จ รวมทั้งทำให้เศรษฐกิจเติบโต (Schumpeter, 1942)

3.3.3 ทฤษฎีที่มีความสัมพันธ์กับภาวะผู้ประกอบการ

นิยามความหมายของภาวะผู้ประกอบการและลักษณะสำคัญของภาวะผู้ประกอบการที่นำเสนอมาข้างต้นได้ชี้ให้เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการนั้นประกอบด้วยองค์ประกอบหลายประการที่ต้องใช้การบูรณาการจากหลายทฤษฎี ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐศาสตร์ การบริหาร สังคมวิทยา และจิตวิทยา เป็นต้น (Amit, et al., 1993) โดยที่มีวรรณกรรมหลายชิ้นนำเสนอทฤษฎีที่ได้รับการศึกษาว่าสามารถนำมาอธิบายภาวะผู้ประกอบการ สอดคล้องกับลักษณะสำคัญและความหมายค่านิยมของภาวะผู้ประกอบการ ทฤษฎีเหล่านี้ได้แก่ - ทฤษฎีภาวะผู้นำ (Leadership Theory) ภาวะผู้ประกอบการต้องการภาวะผู้นำเพื่อทำหน้าที่ในการนำองค์กรในการทำลายเชิงสร้างสรรค์ของความสมดุลย์ของตลาด (Schumpeter, 1942) ภาวะผู้ประกอบการนั้นต้องการภาวะผู้นำจากตัวผู้ประกอบการเพื่อทำการค้นหา ประเมิน และใช้ประโยชน์จาก โอกาส (Shane and Venkataraman, 2000) ความสำเร็จของวิสาหกิจขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำที่ให้ความสำคัญต่อลูกค้า นวัตกรรม จากบุคลากรในองค์กรที่มีความมุ่งมั่นจากการบริหารของผู้นำองค์กร (Darling, Keefe, and Ross, 2007), - ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร (Resource-based View Theory) ภาวะผู้ประกอบการเป็นพฤติกรรมที่จำเป็นต้องบริหารจัดการทรัพยากร เพื่อนำมาใช้สร้างความสามารถในการแข่งขัน (Romanelli, 1987) ภาวะ

ผู้ประกอบการคือพฤติกรรมที่พยายามจัดหาทรัพยากรหรือใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มาดำเนินการให้สอดคล้องกับโอกาสที่มี (Stevenson and Jarillo, 1990), - ทฤษฎีการรู้คิด (Cognitive Theory) การรู้คิดของภาวะผู้ประกอบการคือโครงสร้างของความรู้ที่ถูกลำมาใช้เพื่อประเมิน ตัดสินใจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ (Mitchell, Busenitz, Lant, McDougall, and et al., 2002) การตื่นตัวในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจเกิดมาจากความสามารถในการรู้คิดที่มีอยู่ในภาวะผู้ประกอบการ (Hills, Lumpkin, and Singh, 1997), และทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) ภาวะผู้ประกอบการต้องทำการตัดสินใจในเชิงกลยุทธ์อย่างมีเหตุผลเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับตัวองค์กร ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม การกล้าเสี่ยง การตัดสินใจเชิงรุกในการประกอบธุรกิจ เพื่อสร้างความสำเร็จให้กับวิสาหกิจ (Dess, Lumpkin, and Covin, 1997)

ตารางที่ 3.2 ได้แสดงให้เห็นถึงแนวคิดของแต่ละทฤษฎีที่กล่าวอ้างข้างต้นและชี้ให้เห็นว่า ฐานคติของทฤษฎีดังกล่าวมีความเหมาะสมกับแนวคิดภาวะผู้ประกอบการและความเหมาะสมนั้น ทำให้สามารถนำเอาทฤษฎีนั้นมาใช้อธิบายโมทัศน์ภาวะผู้ประกอบการได้

ตารางที่ 3.2 ความสัมพันธ์ระหว่างทฤษฎีกับภาวะผู้ประกอบการ

| ทฤษฎี | ฐานคติของทฤษฎี | การนำไปอธิบายแนวคิดภาวะผู้ประกอบการ |
|----------------------|--|--|
| ทฤษฎีภาวะผู้นำ | การมีจิตสำนึกต่อความสำคัญของภาระหน้าที่ของบุคลากรในองค์กรจะเป็นแรงกระตุ้นต่อการปฏิบัติหน้าที่ การให้ความสำคัญต่อทีมงานหรือองค์กรจะทำให้ผลการปฏิบัติหน้าที่ดีขึ้น (Bass, 1985) | ผู้ประกอบการคือผู้ทำหน้าที่สร้างแผนภาพของวิสัยทัศน์ เพื่อชักนำให้ผู้ตามยอมรับ สร้างความมุ่งมั่น ความรับผิดชอบ จัดและลดอุปสรรคในการทำงาน เพื่อให้องค์กรปฏิบัติหน้าที่จนบรรลุเป้าหมาย |
| ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร | การมีทรัพยากรที่มีความหลากหลายเพียงพอก็จะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน การป้องกันรักษาทรัพยากรไม่ให้เกิดการเคลื่อนย้ายหรือสูญเสีย ทรัพยากรขององค์กรจะทำให้ได้เปรียบในการแข่งขัน (Barney, 1991; Peteraf, 1993) | ผู้ประกอบการทำหน้าที่ในการจัดหาทรัพยากรที่ต้องการ บริหารการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างสูงสุด รักษาความได้เปรียบที่มีจากทรัพยากรหรือรักษาทรัพยากรไว้ได้ และพัฒนาทรัพยากรให้มีความได้เปรียบในการแข่งขัน |

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

| ทฤษฎี | ฐานคติของทฤษฎี | การนำไปอธิบายแนวคิดภาวะผู้ประกอบการ |
|---------------------------|--|---|
| ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ | การตัดสินใจเพื่อดำเนินการจะใช้ความเป็นเหตุเป็นผล ฉกฉวยโอกาส และเลือกทางเลือกที่เหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ | ผู้ประกอบการทำการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ด้วยการทำให้เกิดการสร้างนวัตกรรม การสร้างตลาด การตัดสินใจเสี่ยง การทำงานเชิงรุกอย่างรวดเร็ว |
| ทฤษฎีการรู้คิด | มนุษย์มีเหตุผลในการตัดสินใจ โดยจะใช้กระบวนการความคิดในการประมวลข้อมูลที่ได้รับมาและตัดสินใจเลือกในสิ่งที่มีความเหมาะสมอย่างเป็นเหตุเป็นผล (Fiske and Taylor, 1991) | การรับรู้โอกาสธุรกิจนั้น ผู้ประกอบการจะใช้โครงสร้างข้อมูลของตนเองเพื่อทำการประเมิน วินิจฉัย และตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการประมาณคุณค่าโอกาสธุรกิจ การสร้างวิสาหกิจและเพื่อการเติบโต |

ในส่วนต่อไปนี้เป็นกรทบทวนวรรณกรรมของทฤษฎีเหล่านี้เพื่อแสดงให้เห็นรายละเอียดของความสอดคล้องจากตัวทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้ในการอธิบายแนวคิดของภาวะผู้ประกอบการในประเด็นต่างๆที่เป็นองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการ

3.4 ทฤษฎีภาวะผู้นำ

ทฤษฎีภาวะผู้นำเป็นทฤษฎีด้านพฤติกรรมองค์กรที่มีความประสงค์จะให้การอธิบายเรื่องปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในองค์กร โดยผู้นำเป็นผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางที่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงการกระทำของสมาชิก (Gibson, Ivancevich, Donnelly, and Konopaske, 2006) แม้ว่าปัจจุบันนิยามทั่วไปของคำว่าผู้นำจะหมายถึงบุคคลที่สามารถชักจูงบุคคลอื่นหรือกลุ่มบุคคลในองค์กร ช่วยในการกำหนดเป้าหมายและแนะนำให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ (Nahavandi, 2003) แต่ว่าเดิมนั้นทฤษฎีผู้นำได้มีวิวัฒนาการมาเป็นลำดับ โดยเริ่มต้นจากสำนักคิดที่เน้นการศึกษาผู้นำตามแบบอย่างของวีรบุรุษ (Great Man Theory) ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้นำ (Trait Theory) ที่แตกต่างไปจากผู้ตาม ไปสู่การศึกษาแนวคิดของผู้นำในด้านพฤติกรรม การตัดสินใจตามสถานการณ์ จนไปถึงการศึกษาความเป็นผู้นำที่เน้นการบริหารงาน (Transactional

Leadership) และการปรับเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลในองค์กรให้มีความสามารถทำงาน ได้ดีขึ้น อย่างผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ตารางที่ 3.2 ได้แสดงให้เห็นความแตกต่างของสำนักความคิดที่ได้ศึกษาทฤษฎีผู้นำในแบบต่างๆ (Bolden, Gosling, Marturano, and Dennison, 2003)

ตารางที่ 3.3 สำนักความคิดและแนวทางการศึกษาของทฤษฎีผู้นำ

| สำนักความคิด | ลักษณะการศึกษา |
|-------------------------|--|
| Great Man Theory | ความสามารถในการเป็นผู้นำเป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ผู้นำได้รับการยกย่องว่าเป็น วีรบุรุษ หรือเทพเจ้า บุคคลเหล่านี้จะแสดงความเป็นผู้นำเมื่อมีความจำเป็นหรือต้องการ |
| Trait Theory | สำนักนี้มีที่มาจากสำนัก Great Man สำนักนี้เชื่อว่ามนุษย์แฝงไปด้วยลักษณะที่เหมาะสมกับการเป็นผู้นำ บุคคลที่เป็นผู้นำจะมีคุณลักษณะบางประการที่เหมือนกัน |
| Contingency Theory | ผู้นำตามแนวทางของสำนักนี้จะใช้รูปแบบการตัดสินใจที่ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ผู้นำ จะพัฒนาคุณลักษณะที่มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน |
| Situational Theory | ผู้นำคือผู้ที่เลือกตัดสินใจ เลือกที่จะปฏิบัติขึ้นอยู่กับตัวแปรของสถานการณ์ รูปแบบที่ใช้ ของผู้นำแต่ละคนอาจมีความแตกต่างกัน |
| Behavioral Theory | สำนักนี้มีความเชื่อว่าผู้นำนั้นสร้างได้ ผู้นำเป็นผู้ที่มันสังเกต ชอบศึกษา และเน้นที่การ แสดงออกจากการกระทำ ไม่ใช่เป็นสถานะทางด้านจิตใจหรือจากคุณสมบัติภายใน |
| Participative Theory | ผู้นำคือผู้ที่สามารถนำเอาและใช้ประโยชน์จากสมาชิกในกลุ่ม ให้การสนับสนุน และ ส่งเสริมให้สมาชิกมีส่วนร่วม ให้มีอุดมการณ์ต่อส่วนรวม |
| Transactional Theory | ผู้นำที่เน้นบทบาทการทำหน้าที่ควบคุม บริหารองค์กร ตรวจสอบผลงาน ผู้นำจะมี ระบบการมอบรางวัลและลงโทษให้กับสมาชิกในกลุ่ม |
| Transformational Theory | ผู้นำที่เน้นการประสานงานกับผู้ตาม ผู้นำจะสร้างแรงจูงใจ บันดาลใจ ให้เห็น ความสำคัญของหน้าที่ ให้ความสำคัญที่ผลงานและต้องการให้ผู้ตามประสบความสำเร็จ |

แนวความคิดของสำนักคิดต่างๆ ได้แสดงให้เห็นว่า รูปแบบของผู้นำมีการศึกษาในหลาย มุมมอง ในระยะแรกการศึกษาทฤษฎีผู้นำไม่ได้ให้ความสนใจต่อผลที่เกิดขึ้นต่อองค์กรและบุคคล อื่น ในองค์กร แต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหาคุณลักษณะที่ตัวผู้นำส่วนใหญ่มีกัน การศึกษาถึงรูปแบบ พฤติกรรมการตัดสินใจตามสถานการณ์และตามสภาวะสิ่งแวดล้อมเป็นการศึกษาที่เปลี่ยนแนวทาง

จากการศึกษาที่มุ่งคุณลักษณะที่เชื่อว่าความเป็นผู้นำนั้นเป็นสิ่งที่มิมาโดยกำเนิดมาสู่แนวคิดว่าการเป็นผู้นำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างหรือพัฒนาขึ้นมาได้ ทฤษฎีผู้นำได้เริ่มให้ความสำคัญต่อผู้ตามมากขึ้น โดยเริ่มเน้นการศึกษาวิธีการในการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้ตามเพื่อให้เกิดการกระทำที่ส่งผลต่อประโยชน์ต่อองค์กร ในระยะ 30 ปีหลังการศึกษาได้มุ่งเน้นไปที่รูปแบบการเป็นผู้นำที่มีผลกระทบต่อองค์กร ในกรณีนี้มีสำนักคิด 2 กลุ่มที่ศึกษาในแนวทางที่ต่างกันคือ ผู้นำแบบการแลกเปลี่ยน (Transactional Leader) ที่ให้ความสำคัญหลักกับด้านเศรษฐศาสตร์หรือผลตอบแทนที่ได้รับจากการแลกเปลี่ยนสิ่งต่างๆระหว่างผู้นำและผู้ตาม ผู้นำในลักษณะนี้จะทำการบริหารจัดการหน้าที่ให้กลุ่มต่างๆในองค์กรมีทรัพยากร มีความสามารถที่เพียงพอต่อการปฏิบัติหน้าที่ เพื่อแลกเปลี่ยนกับสิ่งที่จะได้รับเป็นการตอบแทน ผู้นำอีกแบบหนึ่งคือผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leader) เป็นผู้นำที่มีความสามารถในการรับรู้สิ่งสำคัญในตัวผู้ตามในด้านความสามารถ ความต้องการ สิ่งที่ทำให้ผู้ตามเกิดแรงจูงใจ และสิ่งที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ ผู้นำแบบนี้จะเปลี่ยนแปลงองค์การให้ผู้ตามได้ใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ในการดำเนินการ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้ตั้งเอาไว้ (Tarabishy, 2005)

จากแนวคิดทฤษฎีภาวะผู้นำที่สำนักต่างๆได้ศึกษามา ภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง มีแนวคิดที่สามารถนำมาใช้อธิบายภาวะผู้ประกอบการเพื่อทำให้เกิดผลต่อองค์กรได้ ทั้งนี้เพราะว่าภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงคือกระบวนการซึ่งผู้นำหรือผู้ประกอบการและผู้ตามได้ร่วมกันยกระดับของแต่ละฝ่ายไปสู่จุดที่สูงขึ้นทั้งในด้านขวัญกำลังใจและแรงจูงใจ ผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงนี้มีกระบวนการที่สัมพันธ์กันข้ามกับภาวะผู้นำแบบการแลกเปลี่ยน (Burns, 1978) ผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงพยายามที่จะดึงเอาผู้ตามเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานโดยมองหาสิ่งที่เป็นแรงจูงใจของกลุ่มบุคคลเหล่านี้ ทำให้เห็นคุณค่าของตนเองและสนองตอบต่อความต้องการเหล่านั้น ผู้นำในลักษณะนี้จะกระตุ้นให้ผู้ตามหรือผู้นำในระดับรองลงมาทำงานด้วยความสามารถมากไปกว่าระดับที่ตนเองคิดว่ามีอยู่เพื่อประโยชน์ของกลุ่มหรือขององค์กร ผู้ตามจะเกิดความรู้สึกว่าตนเองต้องการพัฒนาตนเองเพื่อผลประโยชน์ในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น และทราบด้วยตนเองว่าอะไรคือสิ่งที่ควรหรือไม่ ในขณะที่ ผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงจะกระทำสิ่งต่างๆเหล่านี้ได้นั้นเขาจะต้องเป็นผู้ที่มี วิสัยทัศน์ มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีความแกร่งภายในต่อความเชื่อในสิ่งที่ถูกต้อง (Bass, 1985) ความเป็นผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงนี้เป็นการผสมผสานของกระบวนการทางพฤติกรรมที่ทั้งสามารถเรียนรู้และบริหารจัดการได้ ผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงรับรู้ถึงสิ่งที่มีอิทธิพลต่อหัวหน้าหน่วยงานและผู้ปฏิบัติงาน เข้าใจสภาพแวดล้อมในการทำงาน และองค์ประกอบที่ใช้ในการบริหารจัดการตามสถานการณ์ (Tichy and Devanna, 1986)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดทางทฤษฎีจะพบว่า ภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงประกอบด้วยลักษณะปัจจัยที่แสดงออกของภาวะผู้นำประเภทนี้ แบ่งออกตามได้เป็นปัจจัย 4 ด้าน (Bass, 1985)

ประกอบด้วย 1) การเป็นผู้ที่มีอำนาจบารมีเชิงอุดมคติ (Idealized Influence) 2) การเป็นผู้ที่มีมุมมองเชิงปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration) 3) การเป็นผู้กระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) และ 4) การเป็นผู้จูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) ปัจจัยลักษณะทั้ง 4 มีรายละเอียดต่อไปนี้

1) ปัจจัยด้านการเป็นผู้ที่มีบารมีเชิงอุดมคติ ปัจจัยด้านนี้เป็นแก่นของผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง ผู้นำจะมีอิทธิพลต่อผู้ตามที่เกิดความรู้สึกศรัทธา เคารพและไว้วางใจ เชื่อมมั่นในตัวผู้นำว่ามีความสามารถในการทำงานได้จริง มีความยืดหยุ่น เป็นนักแสวงหาโอกาส หรือทางออก เพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ผู้นำแบบนี้ถูกมองว่าเป็นวีรบุรุษที่มีความกล้า ความสามารถ มีประสบการณ์ความซื่อสัตย์ ยึดมั่น เชื่อมั่น จุดที่สำคัญคือเป็นผู้ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีได้ระหว่างผู้นำและผู้ตามโดยปราศจากความขัดแย้ง (Burns, 1978) แม้ว่าปัจจัยความเป็นผู้นำในลักษณะนี้สามารถพบได้ในองค์กรขนาดใหญ่ที่ระบบการทำงานที่ซับซ้อน อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านนี้สามารถนำไปใช้อธิบายถึงความเป็นผู้นำในองค์กรทั่วไป ในระดับการทำงานต่างๆ และในสถานการณ์การทำงานที่แตกต่างกัน (House, 1977)

2) ปัจจัยด้านการเป็นผู้ที่มีมุมมองเชิงปัจเจกบุคคล ผู้นำสามารถมองเห็นและเข้าใจต่อทัศนคติ แรงจูงใจ ความต้องการและความสามารถหรือประสิทธิผลในการทำงานของผู้ตามในระดับต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวบุคคล หรือเป็นกลุ่มบุคคลก็ได้ ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระดับต่างๆเป็นกุญแจสำคัญของผู้นำที่ประสบความสำเร็จและมีประสิทธิผล ผู้นำจะใช้วิธีการในการสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ มอบหมายงานให้แก่ผู้ตามเพื่อให้สอดคล้องกับโอกาสในการพัฒนาของแต่ละกลุ่ม ทำหน้าที่เป็นผู้สอน คอยติดตามให้คำแนะนำ และให้มุมมองความเห็นเพื่อการปรับปรุง

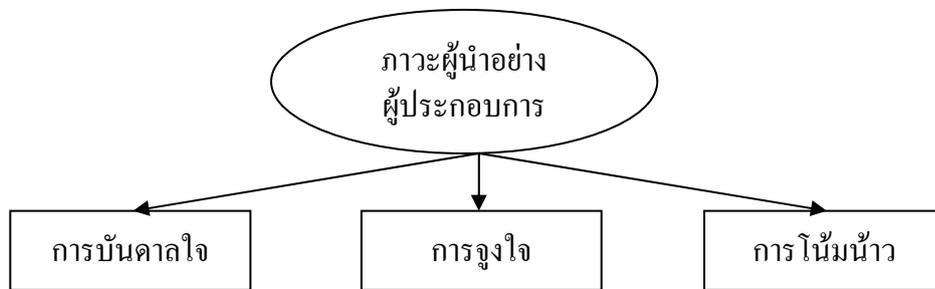
3) ปัจจัยด้านเป็นผู้กระตุ้นทางปัญญา ผู้นำเป็นผู้ที่ส่งเสริมให้บุคคลต่างๆที่ทำงานด้วยค้นพบวิธีการใหม่ในการมองปัญหาเดิมและใช้เหตุผล ข้อมูล และหลักฐานเพื่อสนับสนุนความคิดเห็น เป็นการทำให้ผู้ตามนั้นมีทิศทางใหม่ การรับรู้ที่เพิ่มขึ้นต่อความสำคัญของวิสัยทัศน์ในการทำงานและสภาพความเป็นจริง ส่งเสริมให้เกิดการทดลองทำในสิ่งต่างๆ (Fritz, 1986) การกระตุ้นทางปัญญาไม่ว่าจะกระตุ้นด้วยเหตุและผล จากความคิดเห็น จากข้อมูล หรือจากสิ่งที่เป็นอยู่ก็ตามจะทำให้การทำงานในส่วนต่างๆมีความสามารถในการทำงานได้ด้วยตนเอง ไม่เกิดสภาพความเคยชินในการเป็นผู้ตามให้เป็นผู้แก้ไขปัญหา ใช้การวิเคราะห์ด้วยแนวทางใหม่ ลดความขัดแย้ง สามารถเปลี่ยนมุมมองในการแก้ไขปัญหาก็ได้

4) ปัจจัยด้านเป็นผู้จูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจ ผู้นำจะช่วยให้ผู้ตามรู้สึกว่าคุณเองนั้นมีพลังความสามารถมากขึ้นกว่าที่ตนเองมีอยู่ จากการสร้างความคาดหวัง ตั้งเป้าหมายตามความปรารถนาของตนเองและสนับสนุนวิธีการต่างๆให้บรรลุเป้าหมายนั้น (McClelland, 1985) ผู้นำจะ

ทำให้ผู้ตามนั้นตระหนักต่อภาระหน้าที่ของกลุ่มเช่นเดียวกับหน้าที่ของตนเอง และกระตุ้นให้เกิดความมั่นใจต่อความสามารถของตนเองที่จะดำเนินการให้ได้ตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายนั้น (Yukl and Van Fleet, 1982) สิ่งที่ได้รับจากการเป็นผู้นำในแบบนี้คือการมีเป้าหมายร่วมกันระหว่างผู้นำและผู้ตาม ไม่ใช่ของฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง จากการที่ผู้นำกระตุ้นให้เกิดความท้าทายที่เป็นเหตุเป็นผลต่อผู้ตาม ซึ่งให้เห็นถึงความหมายของการดำเนินการ ความสำเร็จที่จะได้รับ สร้างความเข้าใจต่อวัตถุประสงค์

สำหรับภาวะผู้นำแบบการแลกเปลี่ยนก็มีแนวคิดของทฤษฎีที่นำมาอธิบายภาวะผู้ประกอบการได้เช่นเดียวกัน โดยภาวะผู้นำแบบการแลกเปลี่ยนคือการเป็นผู้นำที่ดำเนินการเพื่อการแลกเปลี่ยนสิ่งของ การแลกเปลี่ยนทางสังคม หรือการแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ทางจิตวิทยา การแลกเปลี่ยนจะถูกมองว่าเป็นไปด้วยความยุติธรรมถ้าผู้นำให้สิ่งของที่มีคุณค่าแก่ผู้ตามเช่น แนวทางคำนิยาม และการยอมรับ โดยได้รับการยอมรับนับถือและความรับผิดชอบจากผู้ตามเป็นสิ่งตอบแทน โดยทั่วไปแล้วผู้นำและผู้ตามจะมีพันธะทางจิตใจต่อกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับความคาดหวังและการกระทำของทั้งสองฝ่าย ผู้ตามจะมีความคิดว่าผู้นำจะเป็นผู้ที่ช่วยส่งเสริมให้ตนทำงานได้ประสบความสำเร็จและเชื่อว่าตนเองจะได้รับผลตอบแทนที่เหมาะสมและยุติธรรม การตกลงในข้อแลกเปลี่ยนจะเริ่มต้นด้วยการเจรจาเพื่อหาความพึงพอใจในการแลกเปลี่ยน ผลที่ได้จะทำให้ผู้ตามนั้นยอมรับที่จะปฏิบัติตามสิ่งที่เป็นข้อตกลงร่วมกันและได้รับความช่วยเหลือจากผู้นำ ซึ่งในการปฏิบัติงานจริงนั้นแต่ละฝ่ายจะต้องพึ่งพาและช่วยเหลือกัน ผู้นำแบบการแลกเปลี่ยนจะเป็นผู้กำหนดและสื่อสารงานที่ต้องการให้ผู้ตามเป็นผู้ทำ กำหนดเป้าหมายซึ่งเป็นเกณฑ์กำหนดผลตอบแทนจากความสำเร็จของงาน ผู้นำแบบนี้จะกำหนดเกณฑ์พิจารณาผลงานทั้งในด้านการให้รางวัลและการลงโทษ มีความสามารถในการแก้ไขสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสมโดยใช้การวินิจฉัยที่แม่นยำ มุมมองของความเป็นผู้นำแบบการแลกเปลี่ยนสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ 1) การให้รางวัลตามสถานการณ์ (Contingent Reward) ตามมุมมองนี้ผู้นำจะตอบแทนความพยายามและผลงานของผู้ตามโดยยึดแนวทางการทำความเข้าใจที่ผู้ตามเกิดความคาดหวัง 2) การบริหารจัดการเป็นกรณีพิเศษ (Management by Exception) ตามมุมมองนี้ผู้นำจะเข้าไปช่วยแก้ไขหรือแทรกแซงการดำเนินการของผู้ตามในกรณีที่เกิดความผิดพลาดหรือเกิดการเบี่ยงเบนไปจากเป้าหมายขึ้น ซึ่งผู้นำอาจจะเลือกดำเนินการได้ 2 แนวทางคือการติดตามค้นหาสิ่งที่จะเกิดการผิดพลาดขึ้นของผู้ตาม (Active Practice) หรือภายหลังจากที่ทราบว่าเกิดการผิดพลาดขึ้น (Passive Practice) ความเป็นผู้นำแบบการแลกเปลี่ยนมีส่วนมากพบว่ามีการใช้กันมากในธุรกิจด้านอุตสาหกรรมมากกว่าด้านอื่น ๆ

ภาวะผู้นำแบบทั้งแบบการแลกเปลี่ยน และแบบการเปลี่ยนแปลงคือภาวะผู้นำของผู้ประกอบการที่เหมาะสมต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Tarabishy, 2005) ปัจจัยจากภาวะผู้นำโดยทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นการโน้มน้าวโดยใช้บารมี การจัดการเชิงปัจเจกบุคคล การกระตุ้นให้เกิดปัญญา และการจูงใจบันดาลใจ มีส่วนในการเปลี่ยนแปลงองค์การวิสาหกิจ รวมทั้งการให้รางวัลหรือการดูแลเป็นกรณีพิเศษ (Matzler, Schwarz, Deutinger, and Harms, 2008) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเฉพาะภาวะผู้นำที่มีบทบาทต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ลักษณะภาวะผู้นำที่สำคัญได้แสดงออกมาในบทบาท 3 ด้าน คือ ความเป็นผู้นำต่อผู้ตามใน การบันดาลใจ (Inspiration) การจูงใจ (Motivation) และการโน้มน้าว (Influence)



การบันดาลใจ ภายใต้ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการนั้นจะทำหน้าที่ผลักดันให้ผู้ตามหรือผู้ทำหน้าที่ในวิสาหกิจรู้จักและใช้ความสามารถของตนเอง จากการสร้างความคาดหวัง เป้าหมายตามความปรารถนาขององค์การ (McClelland, 1985) การบันดาลใจของภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการนี้ ผู้ตามจะได้รับการบอกกล่าวสื่อสารถึงวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจ ผลจากการบันดาลใจจะทำให้ผู้ตามเกิดการสร้างแนวคิดใหม่ในการทำงาน ทุ่มเทการทำงานเกินกว่าบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมไปถึงการร่วมกับผู้นำกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกันเพื่อเป้าประสงค์ของวิสาหกิจ

การจูงใจ ผู้นำอย่างผู้ประกอบการจะชักจูงให้ผู้ตามเกิดความมั่นใจในการทำงานในองค์การทั้งจากตนเองและเพื่อนร่วมงานในการทำหน้าที่เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์การ (Yukl and Van Fleet, 1982) บุคลากรในองค์การจะได้รับการแนะนำวิธีการทำงานเพื่อให้งานประสบความสำเร็จสำหรับองค์การ ได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติหน้าที่ที่เหมาะสม และสามารถร่วมกันทำงานเป็นทีมเพื่อผลดีขององค์การ

การโน้มน้าว ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการได้ใช้และสร้างบารมีต่อผู้ตามในองค์การให้เกิดความรู้สึกที่ศรัทธา เคารพ ไว้วางใจ ยอมรับต่อการนำและแนวความคิด ในการทำงานในสถานการณ์ต่างๆ (Burns, 1978) ผู้นำได้แสดงตนอย่างชัดเจนในบทบาทที่ทำให้ผู้ตามเชื่อถือเป็นแบบอย่างใน

การทำงาน เกิดความมั่นใจในการทำงานให้กับองค์กร ยอมรับในวิสัยทัศน์ของผู้นำและพร้อมที่จะทำตาม

โดยสรุปแล้วภาวะผู้นำทั้งแบบการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบการแลกเปลี่ยนมีแนวคิดของทฤษฎีที่เป็นคุณลักษณะส่วนหนึ่งที่สามารถนำมาอธิบายภาวะผู้ประกอบการได้ โดยภาวะผู้นำในภาวะผู้ประกอบการจะต้องสามารถสร้างแบบแผนของวิสัยทัศน์ที่ถูกนำไปใช้ในการสรรหา รวบรวม ทรัพยากร และชักนำผู้ตามให้มีความมุ่งมั่นต่อวิสัยทัศน์เพื่อค้นหาและดำเนินการเพื่อยกระดับในการสร้างผลประโยชน์ทั้งต่อตนเองและต่อองค์กร

3.5 ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์

ทฤษฎีการบริหารกลยุทธ์ (Strategic Management Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาขึ้นมาจากแนวคิดการวางแผนนโยบายธุรกิจ เป็นทฤษฎีที่มีความเชื่อมโยงกับทฤษฎีการบริหารจัดการ (General Management Theory) ในการบริหารองค์กร ทฤษฎีการบริหารกลยุทธ์เป็นการขยายมุมมองจากการศึกษาบทบาทและหน้าที่ในการจัดการทั่วไปขององค์กรจากทฤษฎีการบริหารจัดการไปสู่กระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์แวดล้อมที่เกี่ยวกับองค์กรในด้านต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก การวางแผนกำหนดกลยุทธ์ การดำเนินการและการประเมินผลของการใช้กลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ไปในทิศทางเดียวกันขององค์กร (Bygrave and Hofer, 1991) กลยุทธ์คือแผนงานที่กำหนดวิธีการที่องค์กรจะดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ (Davies, 2000; Mintzberg, 1996) เป็นการให้คำมั่นสัญญาว่าจะใช้ทรัพยากรที่จัดหาได้เพื่อเป้าหมายที่คาดหวังไว้ในอนาคต (Drucker, 2000) ดังนั้นทฤษฎีการบริหารกลยุทธ์จึงเป็นการรวบรวมเอาการบริหารงานภายในองค์กรที่อยู่ภายใต้โครงสร้างการบริหารเดียวกัน ให้เกิดแนวทางการจัดการเพื่อเป้าหมายเดียวกันและเน้นที่การให้ความสำคัญต่อวิสัยทัศน์ในระยะยาวเพื่อการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ กลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่เป็นตัวกำหนดทิศทางให้องค์กรตัดสินใจดำเนินการในสิ่งต่างๆ ขององค์กร เช่นการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างหรือวิธีการบริหารจัดการ เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่าการบริหารกลยุทธ์มีจุดมุ่งหมายเพื่อการตัดสินใจต่อเป้าหมายขององค์กร เพื่อกำหนดวิธีการที่ทำให้บรรลุเป้าหมาย และสร้างความมั่นใจว่าองค์กรจะสามารถรักษาสถานภาพได้อย่างยั่งยืนเพื่อเดินทางไปสู่เป้าหมาย (Chandler, 1973)

ในมุมมองการบริหารกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการ Schendel and Hofer (1979) สรุปความหมายของการบริหารกลยุทธ์ว่าเป็น “กระบวนการที่เกี่ยวกับภาระหน้าที่ของภาวะผู้ประกอบการขององค์กร เกี่ยวกับการสร้างและการเติบโตขององค์กร และ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

เกี่ยวกับการพัฒนาและการใช้กลยุทธ์เพื่อการดำเนินกิจการขององค์กร” (Schendel and Hofer, 1979) องค์ประกอบของกลยุทธ์ในภาวะการประกอบการจึงครอบคลุม 4 ด้านคือ 1) ขอบเขต (Scope) ของกลยุทธ์หมายถึงกรอบที่เกิดจากการผสมผสานกันของตัวสินค้าหรือและตลาด 2) การใช้ทรัพยากรขององค์กร (Deployment of organizational resources) เพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับการแข่งขันและเพื่อสร้างขีดความสามารถที่โดดเด่น 3) การได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) การจับคู่ใช้ทรัพยากรให้เหมาะสมกับขอบเขตขององค์กร -และสี่ การเสริมประสาน (Synergy) ระหว่างขอบเขต การใช้ทรัพยากรขององค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Schendel and Hofer, 1979)

การบริหารเชิงกลยุทธ์ของภาวะผู้ประกอบการจึงมีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจ เนื่องจากภาวะผู้ประกอบการเป็นกระบวนการที่นำเอาการตัดสินใจทางกลยุทธ์ในการทำงานที่สำคัญในการประกอบการมาใช้ (Lumpkin and Dess, 2001) โดยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ด้านต่างๆ เช่น “การทำงานเชิงรุก” และ “การตอบโต้ในการแข่งขัน” เป็นต้น ซึ่งพบว่ามีผลต่อการประกอบการของวิสาหกิจที่อยู่ในสถานะแวดล้อมแตกต่างกัน เช่น ในระยะที่อุตสาหกรรมอยู่ในช่วงเริ่มต้นหรือกำลังเติบโต วิสาหกิจมักจะมีการทำงานเชิงรุกมากขึ้น และก็จะมีการประกอบการดีขึ้น ในขณะที่การตอบโต้ในการแข่งขันมักจะมีผลลบต่อผลประกอบการ ส่วนในระยะที่อุตสาหกรรมมีการอิ่มตัวหรือมีการแข่งขันที่สูง การตอบโต้ในการแข่งขันมีผลกระทบด้านบวกต่อยอดขายและผลประกอบการ (Lumpkin and Dess, 2001)

การศึกษาผลประกอบการของวิสาหกิจในอุตสาหกรรมการผลิตขนาดเล็กจากปัจจัยการดำเนินการต่างๆ เช่น การบริหารงานเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ โครงสร้างองค์กรแบบมีชีวิตรหรือแบบเครื่องจักร และสถานะสิ่งแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นมิตรและไม่เป็นมิตร พบว่าผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดเล็กภายใต้สถานะการแข่งขันที่ไม่เป็นมิตรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโครงสร้างองค์กรแบบมีชีวิตร การบริหารงานเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการที่เน้นในการแข่งขันระยะยาว ในขณะที่ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดเล็กภายใต้สถานะการแข่งขันที่เป็นมิตรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับโครงสร้างองค์กรแบบเครื่องจักร การใช้กลยุทธ์การทำงานแบบธรรมดา และการบริหารจัดการที่เน้นการบริหารการเงิน การหลีกเลี่ยงความเสี่ยง การปรับปรุงเล็กน้อยกับสินค้าและบริการ อย่างไรก็ตามผลการศึกษานี้ได้เสนอแนะว่าปัจจัยองค์กรอื่นๆ น่าจะเป็นปัจจัยร่วมที่มาช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผลการประกอบการกับโครงสร้างองค์กรและการใช้กลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการได้ดีขึ้น ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้มีปฏิกริยาร่วมกัน (Inter-Relationship) ที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ควรใช้กลยุทธ์เช่นเดียวกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากมีความแตกต่างหรือผลกระทบจากสถานะแวดล้อมที่ไม่เหมือนกัน (Covin and Slevin, 1989)

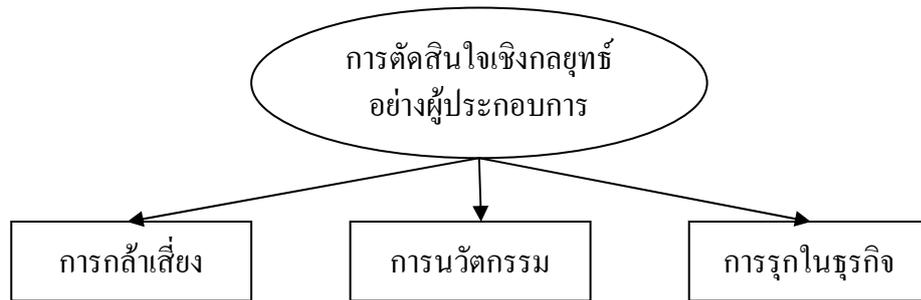
Zahra and Covin (1995) สรุปว่าผู้บริหารและนักวิจัยมีความเชื่อว่า การบริหารเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ผลการประกอบการด้านการเงินของวิสาหกิจดีขึ้น ทั้งนี้เพราะว่า การกล้าเสี่ยง (Risk Taking) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) และ การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ของผู้ประกอบการจะเป็นการดำเนินการทางกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดการค้นพบโอกาสของการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ รวมทั้งช่องทางตลาด ที่เปลี่ยนแปลงความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจ ผลการศึกษาพบว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีผลต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจปานกลางในระยะแรกและน่าจะมีผลกระทบที่ดีในระยะยาว รวมทั้งในสภาวะการแข่งขันที่ไม่เป็นมิตรด้วย โดยสรุปแล้วการบริหารกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการจะมีผลต่อผลประกอบการแตกต่างกันไปภายใต้สภาวะสิ่งแวดล้อมต่างๆ และผลการประกอบการอาจเกิดขึ้นจากปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ โดยตรงก็ได้ (Zahra and Covin, 1995)

การพิสูจน์ด้วยวิธีการเชิงประจักษ์พบว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญรองลงมาจากกลยุทธ์ภาวะผู้นำในการทำงานแบบมีส่วนร่วม และทั้งสองกลยุทธ์นั้นเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนี้การบริหารเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการยังมีความสัมพันธ์กับผลการประกอบการของวิสาหกิจเมื่อได้นำเอาการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และสภาวะแวดล้อมมารวมพิจารณา ร่วมกัน (Dess, et al., 1997) ด้วย

ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ได้มีการศึกษาถึงวิธีการที่นำมาใช้กำหนดแนวทางการตัดสินใจของผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เป็นการกระทำเพื่อต้องการทำให้องค์การวิสาหกิจประกอบกิจการเพื่อนำหน้าคู่แข่งในการแข่งขัน (Miller, 1983) เช่นการเป็นวิสาหกิจแรก ๆ ที่นำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ การนวัตกรรมสินค้าใหม่ เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการตามนี้ได้มีการเรียกรวมกันว่า กระบวนการผู้ประกอบการหรือการกระทำอย่างผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Process หรือ Entrepreneurial Orientation) การบริหารเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีการศึกษาในระยะแรกประกอบด้วย การรุกในธุรกิจ การนวัตกรรม และการเอาชนะคู่แข่ง (Miller, 1983) ระยะเวลาต่อมาได้มีทำการวิจัยและยอมรับแนวคิดการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ และการศึกษาวิจัยต่อมาเป็นจำนวนมากได้นำเสนอข้อสรุปว่า การบริหารตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการนั้นประกอบด้วยการกระทำ 3 ด้าน (Covin and Slevin, 1989; Naman and Slevin, 1993) ได้แก่ การเสี่ยง (Risk Taking) การนวัตกรรม (Innovativeness) และการรุกในธุรกิจ (Proactiveness) (Covin and Slevin, 1989) ซึ่งหมายความว่า การตัดสินใจเชิงผู้ประกอบการต้องแสดงออกในเรื่องของการเสี่ยง การนวัตกรรม และการรุกในธุรกิจ

การกล้าเสี่ยงคือความเต็มใจจากผู้ประกอบการที่จะนำเอาทรัพยากรส่วนมากที่องค์การมีอยู่ไปใช้ดำเนินการโครงการที่มีต้นทุนในความล้มเหลวสูง (Miller and Freisen, 1982) ทั้งนี้เพื่อหวังที่

จะได้รับผลตอบแทนสูงเป็นการแลกเปลี่ยนโดยการฉวยโอกาสที่มีต่อตลาด การตัดสินใจเสี่ยงอย่างมีเหตุผลเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการกล้าดำเนินการและเป็นสิ่งที่ผู้บริหารทั่วไปมักจะไม่ทำ วิศวกรมักจะทำในสิ่งที่เสี่ยงเพื่อหวังทำกำไรสูงๆ กล้าที่จะดำเนินการเปลี่ยนแปลงการผลิตสินค้าหรือบริการขององค์กรอย่างฉับพลัน และมีความกล้าที่จะใช้แนวทางเชิงรุกเพื่อเพิ่มโอกาสสูงสุดสำหรับโอกาสทางธุรกิจที่มีอยู่



ในการเป็นผู้ประกอบการนั้นบทบาทหน้าที่สำคัญคือการพัฒนาวัตกรรมการ (Schumpeter, 1934, 1942) เหตุผลที่สำคัญของการนวัตกรรมคือเป็นการพัฒนาทางเศรษฐกิจมาจากการกระบวนการที่มีทำลายอย่างสร้างสรรค์ (Creative Destruction) ต่อสภาวะตลาดในปัจจุบัน เพื่อทำการเปลี่ยนแปลงการใช้ทรัพยากรปัจจุบันจากผู้ที่ยึดครองไปสู่จุดสมดุลใหม่แทน (Schumpeter, 1942) ดังนั้นการพัฒนาวัตกรรมการก็คือความเต็มใจที่จะสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และการทดลองเพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ สิ่งใหม่ และการวิจัยค้นคว้ากระบวนการทำงานแบบใหม่ ให้กับวิสาหกิจเพื่อความสำเร็จในการประกอบการ (Lumpkin and Dess, 2001) วิสาหกิจจะให้ความสำคัญต่อความถี่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆเสมอ โดยการเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการออกมาอย่างรวดเร็ว เป็นผู้นำหรือเจ้าแรกที่นำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ ใช้เทคนิคการผลิตใหม่ หรือทำการพัฒนาสินค้า ด้วยการเป็นผู้นำในเทคโนโลยี และการนวัตกรรมสินค้าออกมาใหม่ ให้คู่แข่งเป็นผู้ตอบโต้หรือไม่สามารถมาทำการแข่งขันได้โดยง่าย

การบริหารจัดการของผู้ประกอบการนั้นเป็นส่วนสำคัญต่อการเติบโตของวิสาหกิจ เพราะเป็นผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่มองเห็นวิสัยทัศน์และจินตนาการที่ไปเกาะเกี่ยวกับการขยายโอกาสขององค์กร ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องทำงานเชิงรุกเพื่อแสวงหาโอกาส การมองไปข้างหน้า (Penrose, 1963) การมีความคิดในความต้องการนำเสนอสินค้าและบริการก่อนคู่แข่ง การคาดการณ์เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงและกำหนดรูปแบบสภาพแวดล้อมให้กับองค์กร (Lumpkin and Dess, 2001)

3.6 ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร

ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรเป็นทฤษฎีที่มีรากฐานมาจากแนวคิดจากทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ (Penrose, 1963) และทฤษฎีการบริหารกลยุทธ์ (Ansoff, 1965) ที่เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวเกิดขึ้นเกิดจากการที่วิสาหกิจได้ครอบครองทรัพยากรที่สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า มีความคงทน ไม่สามารถทดแทนกันได้ และไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ โดยง่าย (Barney, 1991)

มุมมองของทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรมีความแตกต่างจากกรอบแนวคิดการสร้างกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่นำไปสู่ผลการประกอบการที่ดีขององค์กรในช่วงทศวรรษปี 1960 ทฤษฎีการบริหารกลยุทธ์ให้ความสำคัญไปที่การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) ขององค์กร วิสาหกิจที่ต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจะดำเนินกลยุทธ์โดยใช้จุดแข็งภายในของตนเองที่สอดคล้องกับโอกาสจากสภาพแวดล้อมภายนอก ในขณะที่ต้องหาหนทางลดผลกระทบจากอุปสรรคที่มาจากภายนอกและหลบเลี่ยงจุดอ่อนภายในของตนเอง ในทศวรรษที่ 1980 กรอบแนวคิดได้มุ่งไปที่การศึกษาโอกาสและอุปสรรคจากภาวะแวดล้อมการแข่งขันของแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อให้วิสาหกิจสามารถสร้างกลยุทธ์ให้เข้ากับโอกาสในการประกอบธุรกิจและหลีกเลี่ยงอุปสรรค (Porter, 1980) ฐานคติที่สำคัญของแนวคิดนี้คือวิสาหกิจมีความสามารถในการสร้างจุดแข็งและลดจุดอ่อนของตนเอง โดยสามารถทำการควบคุมทรัพยากรเพื่อตอบสนองต่อกลยุทธ์ที่ต้องการใช้ โดยเงื่อนไขทั่วไปนั้น ทรัพยากรของแต่ละวิสาหกิจมีความแตกต่างกันเพียงชั่วคราวเท่านั้น และในระยะยาวแล้ววิสาหกิจสามารถจัดหาทรัพยากรที่ต้องการได้ แต่ในสภาพการแข่งขันในปัจจุบันที่มีความเป็นพลวัตสูงนั้น โดยทั่วไปวิสาหกิจไม่มีความสามารถในการควบคุมทรัพยากรได้อย่างเท่าเทียมกัน และทรัพยากรเองก็ไม่สามารถเคลื่อนย้ายข้ามองค์กรได้โดยง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากประเด็นนี้เมื่อพิจารณาฐานคติของทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรจะพบว่ามีความสอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือ 1. วิสาหกิจในแต่ละภาคอุตสาหกรรมอาจจะมีความสามารถในการควบคุมทรัพยากรเชิงยุทธศาสตร์ได้แตกต่างกัน 2. ทรัพยากรของวิสาหกิจอาจจะไม่สามารถถูกโยกย้ายไปมาระหว่างกันได้โดยง่าย และความแตกต่างกันนี้อาจจะคงสภาพอยู่นาน ซึ่งฐานคติทั้งสองนี้สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์การบริหารกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมุ่งเน้นไปที่ตัวทรัพยากรที่สำคัญที่จะมีส่วนทำให้วิสาหกิจเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ทรัพยากรขององค์กรตามแนวคิดของทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรหมายถึง ทรัพย์สิน ชีตความสามารถ กระบวนการขององค์กร คุณลักษณะประจำตัว ข้อมูล ความรู้ และสิ่งอื่นๆ ที่ควบคุม

โดยองค์การ และเป็นสิ่งที่ทำให้้องค์การสามารถก่อเกิดและดำเนินการทางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของตนเอง ถ้ามองในด้านการบริหารเชิงกลยุทธ์ ทรัพยากรคือจุดแข็งขององค์การที่ทำให้สามารถก่อเกิดและดำเนินการทางกลยุทธ์ได้ ในขณะที่เดียวกันการขาดทรัพยากรที่จำเป็นก็สามารถมองได้ว่าเป็นจุดอ่อนได้ด้วยเช่นกัน (Wernerfelt, 1984) โดยทั่วไปทรัพยากรเหล่านี้แบ่งออกเป็นทรัพยากรด้านเทคโนโลยี ทรัพยากรด้านบุคลากร และทรัพยากรด้านองค์การ แต่ไม่จำเป็นเสมอไปว่าทรัพยากรทุกประเภทจะเข้ามามีส่วนในการนำเอากลยุทธ์มาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ทฤษฎี พื้นฐานทรัพยากรอธิบายว่าองค์การจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้ทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์ขององค์การ (Barney, 1991; Conner and Prahalad, 1996a) Wernerfelt (1984) ในมุมมองความเห็นที่สอดคล้องกัน สรุปว่าทรัพยากรและสินค้าที่ผลิตออกมาจากองค์การได้ เปรียบเสมือนของสองสิ่งที่อยู่กันคนละด้านของเหรียญ สินค้าหนึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต้องเกิดมาจากทรัพยากรที่จำเป็น และการมีทรัพยากรนั้นก็มิใช่เพื่อการผลิตสินค้า หรือหมายความว่าเราจะขาดอย่างใดอย่างหนึ่งไม่ได้ (Wernerfelt, 1984)

ในการศึกษาด้านหนึ่งเสนอว่า ทรัพยากรมีความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันนั้น ทรัพยากรมีส่วนในการกำหนดกลยุทธ์ที่สำคัญ 4 ประการคือ 1) ทรัพยากรที่มีคุณค่า (Valuable) เป็นทรัพยากรที่ทำให้้องค์การสามารถใช้กลยุทธ์สร้างมูลค่าจนเหนือกว่าคู่แข่งหรือใช้ลดจุดอ่อนของตนเอง 2) ทรัพยากรที่หาได้ยาก (Rare) นอกจากการเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าแล้วก็ต้องเป็นสิ่งหาได้ยาก หมายถึงเป็นทรัพยากรที่มี้องค์การเป็นจำนวนน้อยเท่านั้นที่มีไว้ใช้ 3) ทรัพยากรที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้อย่างสมบูรณ์ (Imperfectly Imitable) ทรัพยากรนอกจากมีลักษณะ 2 ประการแรกแล้ว ยังต้องมีคุณลักษณะที่ไม่สามารถมีการลอกเลียนแบบกันได้ง่าย การที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่ายนั้นเป็นเพราะทรัพยากรมีที่มาขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ด้านคือ มีความเป็นเอกลักษณ์จากเงื่อนไขของความเป็นมา, มีความไม่ชัดเจนของเหตุผลที่ทำให้้องค์การเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน, และ เกิดจากปรากฏการณ์ของสังคมที่ซับซ้อน ธรรมเนียมประเพณี ทัศนคติ ชื่อเสียง – และ 4) ทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนกันได้ (Non-Substitutability) หมายถึงไม่มีทรัพยากรอื่นที่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินการกลยุทธ์แทนที่ทรัพยากรที่มีอยู่แล้วได้ผลเหมือนกัน (Barney, 1991)

สำหรับการศึกษาด้านอีกด้านหนึ่ง ทรัพยากรถูกมองว่าเป็นปัจจัยเงื่อนไขที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน เงื่อนไขประการแรกคือ ทรัพยากรมีความแตกต่าง (Heterogeneity) ซึ่งหมายความว่ากลุ่มทรัพยากรที่วิสาหกิจครอบครองอยู่มีประสิทธิภาพในการสร้างคุณค่าได้ไม่เหมือนกัน เป็นสิ่งที่สร้างผลตอบแทนได้ไม่เท่าเทียมกัน ประการที่สอง ทรัพยากรต้องมีลักษณะใน

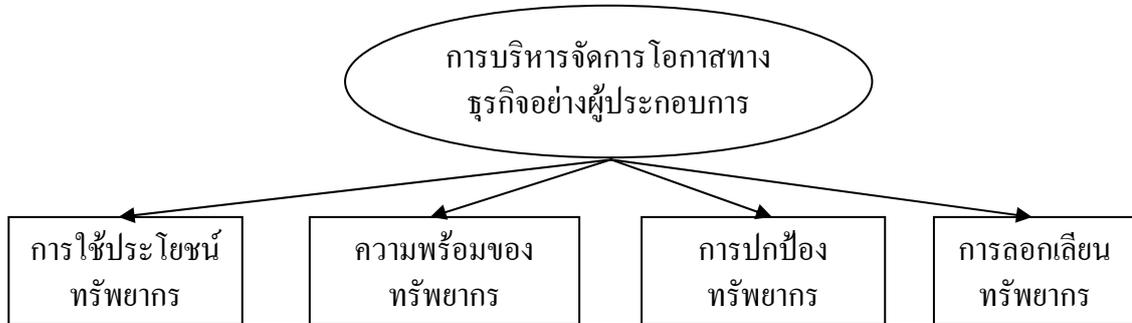
การกีดกัน (Ex Ante Barrier) หมายถึงเป็นทรัพยากรที่วิสาหกิจอื่นไม่สามารถมีได้เท่าเทียมกัน คือไม่สามารถทำให้ได้รับผลตอบแทนที่ต้องการ ประการที่สาม ทรัพยากรที่ไม่สามารถจัดหาหรือทดแทนได้ง่าย (Imperfectly Mobilize) หมายถึงการที่วิสาหกิจไม่สามารถสร้างผลตอบแทนที่ต้องการด้วยการใช้ทรัพยากรอื่น หรือสามารถไปจัดหาทรัพยากรที่ต้องการมาได้โดยง่าย ประการสุดท้าย ทรัพยากรที่ไม่ยั่งยืน (Ex Post Barrier) หมายถึงผลตอบแทนจากการผลิตที่มาจากทรัพยากร ลดน้อยลงเนื่องมาจากการแข่งขันด้านการตลาด (Peteraf, 1993)

ดังนั้นตามทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรข้างต้น องค์กรจะมีกลุ่มของทรัพยากรที่ฝ่ายบริหารสามารถนำมาใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ทรัพยากรเหล่านี้เปรียบเสมือนเป็นสินทรัพย์ถาวรขององค์กร อาจอยู่ในรูปแบบที่จับต้องได้หรือไม่อาจที่จะจับต้องได้ (Wernerfelt, 1984) อาจจะเป็นสิ่งที่เปราะบาง วัตถุ เป็นทรัพยากรบุคคล เป็นวัฒนธรรมขององค์กร (Greene et al., 1997) ทรัพยากรเหล่านี้ใช้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อเป็นสิ่งที่มีความหายาก ได้ยาก ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย และไม่มีสิ่งใดมาทดแทนได้ (Barney, 1991)

ในองค์กรโดยทั่วไปแล้วจะมีแก่นความสามารถที่องค์กรอื่นไม่สามารถเลียนแบบได้ง่าย ความสามารถเหล่านี้สร้างขึ้นมาได้ภายในองค์กรจากลักษณะเฉพาะตัวหรือเป็นการใช้ความสามารถในองค์กรปรับองค์การให้เข้าได้กับสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ความยืดหยุ่นในการใช้ทรัพยากรให้เป็นไปตามความต้องการก็เป็นการทำให้องค์การมีโอกาสที่ดีที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงได้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นองค์กรที่ต้องการความยืดหยุ่น เพราะว่ามีโครงสร้างการทำงานไม่ซับซ้อน ไม่มีชั้นการบังคับบัญชาหลายระดับ มีการตัดสินใจที่รวดเร็ว ในหลายๆวิสาหกิจบุคลากรคือทรัพยากรที่เป็นแกนกลาง ในลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การดำเนินการมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับผู้ประกอบการ เป็นทรัพยากรซึ่งมีคุณลักษณะและการกระทำที่ทำให้เกิดการค้นหาโอกาสใหม่และเป็นผู้ที่ผลักดันให้เกิดการดำเนินการได้จริงโดยนำเอาทรัพยากรอื่นที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและสร้างความได้เปรียบต่อการแข่งขัน ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรคำนึงถึงการให้ได้มาและการครอบครองซึ่งทรัพยากรที่มีความหลากหลายเหนือคู่แข่ง มโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการเน้นที่การมองว่าจะสร้างคุณประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างไร

Alvarez and Busenitz (2001) ได้ตั้งข้อเสนอว่าเมื่อใช้มุมมองของทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรในการมองภาวะผู้ประกอบการนั้นสามารถแสดงออกมาภายใต้เงื่อนไขตามแนวคิดของ Peteraf (1993) ซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างของทรัพยากร (Resource Heterogeneity) ขีดจำกัดในการแข่งขันทั้งก่อนและหลัง (Ex-Post and Ex-Ante Limits to Competition) และการเคลื่อนย้ายของทรัพยากร (Imperfect Factor Mobility) เป็นการบริหารจัดการทรัพยากรที่สอดคล้องกับโอกาสทาง

ธุรกิจ ประกอบด้วยการใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ความพร้อมของทรัพยากร การปกป้องทรัพยากร และการลอกเลียนทรัพยากร



การใช้ประโยชน์ทรัพยากร (Utilization) ในการบริหาร โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ นั้น วิสาหกิจจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรในการผลิตสินค้า โดยสามารถทำการปรับตัวในการผลิตสินค้าใหม่หรือการดำเนินธุรกิจจากทรัพยากรที่มีอยู่ก่อนผู้อื่น สามารถใช้ทรัพยากรที่อยู่ในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่างออกไปจากเดิม มีความชำนาญหรือมีอุปกรณ์พิเศษเฉพาะตัวที่คู่แข่งหรือผู้อื่นไม่มี เพื่อเป็นการปกป้องและรักษาความได้เปรียบจากการแข่งขันก่อนที่คู่แข่งจะเข้าเข้ามาในตลาด

ความพร้อมของทรัพยากร (Availability) การบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ จะต้องสามารถจัดหาทรัพยากรที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจได้อย่างเพียงพอ ทรัพยากรที่จัดหาได้ส่วนมากจะมีต้นทุนเป็นไปตามที่ที่ต้องการ และมีความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีความแตกต่างแต่นำมาใช้สร้างสินค้าหรือบริการได้ และสามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการได้จากทรัพยากรเท่าที่มีอยู่เสมอ

การปกป้องทรัพยากร (Limitation) การบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ต้องจัดการปกป้องทรัพยากรที่มีอยู่เนื่องจากเป็นเรื่องที่สำคัญ เพื่อไม่ให้คู่แข่งสามารถใช้ทรัพยากรอื่นมาผลิตสินค้าที่เหมือนกันได้ หรือทำให้คู่แข่งไม่มีความสามารถในการจัดหาทรัพยากรเพื่อนำมาใช้ในการผลิตหรือบริการแข่งขันกันได้

การลอกเลียนแบบ (Immitation) การบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ จะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มาจาก การลอกเลียนแบบวิธีการผลิต การจัดหาอุปกรณ์หรือวัตถุดิบ รวมทั้งการจับตาบุคลากรในการทำธุรกิจเช่นเดียวกันไม่ให้สามารถกระทำได้ง่าย คู่แข่งจะต้องลงทุนเพื่อเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือใช้วัตถุดิบให้เหมือนกัน จะต้องลงทุนเพิ่มเติม

3.7 ทฤษฎีการรู้คิด

การรู้คิด (Cognition) เป็นกระบวนการทางปัญญาของมนุษย์ที่เกิดจากการนำเอาสิ่งที่ได้รับรู้ผ่านประสาทสัมผัส ไปเปลี่ยน ลดทอน ประมวล จัดเก็บ ค้นหา และนำมาใช้ (Neisser, 1967) จากการรับรู้สิ่งเร้าที่มากกระตุ้น จึงเกิดกระบวนการคิด ความเข้าใจ ผสมผสานกับประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมาของบุคคล ทำให้เกิดการเรียนรู้ขึ้น เป็นการผสมผสานระหว่าง ประสบการณ์ที่ได้รับในปัจจุบันกับประสบการณ์ในอดีต การรู้คิดทางสังคม (Social Cognition) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการรู้คิด คือกระบวนการที่มนุษย์เกิดการรับรู้ต่อผู้อื่นหรือต่อตนเองที่เชื่อมโยงกับสังคม เป็นการให้ความสนใจต่อวิธีการที่มนุษย์เกิดความคิดต่อตนเองและผู้อื่น รวมถึงวิธีการที่ใช้ในการคิด (Fiske and Taylor, 1991) การรู้คิดได้ถูกนำมาอธิบายวิธีการรู้คิดของผู้ประกอบการ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าการรู้คิดของผู้ประกอบการนั้นก็เกิดขึ้นจากการได้รับรู้ เปลี่ยนแปลง ลดทอน ประมวล แต่งเก็บ ค้นหา และนำมาใช้เช่นกัน แต่เป็นไปภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม (Mitchell, et al., 2007) ในการนำมาอธิบายการรู้คิดของผู้ประกอบการนั้น แนวคิดการรู้คิดทางสังคมเสนอว่าภายใต้สถานการณ์ใดๆก็ตาม การรู้คิดเกิดขึ้นมาจากรูปแบบการรวมตัวของปัจจัย 2 คู่ คู่แรกเป็นการรับรู้ของบุคคลที่มีต่อสถานการณ์ คู่ที่สองคือแรงจูงใจที่ก่อให้เกิดการรู้คิด (Fiske and Taylor, 1991) การรู้คิดของผู้ประกอบการก็เช่นกันเป็นการคิดที่เสมือนหนึ่งว่าเป็นความเป็นจริงจากการนำเอาปัจจัยทั้งสองคู่มาร่วมในการพิจารณา อย่างไรก็ตาม การรู้คิดสำหรับผู้ประกอบการมีลักษณะเฉพาะที่เป็นการรู้คิดที่ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์หรือเป้าหมาย และอาจจะไม่ได้ยึดติดกับตัวแบบที่เป็นตรรกะเป็นเหตุเป็นผล ไม่ได้มุ่งค้นหาทางเลือกทุกทางเลือกที่มีเพื่อวิเคราะห์เลือกทางเลือกที่ดีที่สุด (Mitchell, et al., 2007)

แม้ว่าทฤษฎีการรู้คิดได้ถูกนำมาใช้อธิบายพฤติกรรมภาวะผู้ประกอบการอย่างน้อย 2 ด้าน คือด้านการตัดสินใจ (Decision Making) และด้านการแสวงหาโอกาสธุรกิจ (Opportunity Recognition) โดยมีงานวิจัยถึงวิธีการต่างๆที่นำไปสู่การรู้คิด เช่น Heuristics-based Logic เป็นการรู้คิดที่ไม่มีรูปแบบที่เป็นทางการ เป็นความรู้สึกที่ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลและสถานการณ์ และไม่ต้องการความสมบูรณ์ของตรรกะและความเป็นเหตุเป็นผล; Perceived Connections and Alertness เป็นการรู้คิดที่เกิดจากให้ความสนใจต่อ โอกาสที่เข้ามาใหม่ และมักจะเชื่อมโยงกับวิธีคิดและการให้เหตุผลที่ไม่เหมือนใคร; Entrepreneurial Expertise การรู้คิดที่เกิดจากข้อมูลความเชี่ยวชาญที่ไม่เหมือนใครกับคนอื่น; Effectuation เป็นการคิดถึงผลลัพธ์ที่คาดหวังไปพร้อมกับวิธีการที่ต้องดำเนินการ (Mitchell, et al., 2007)

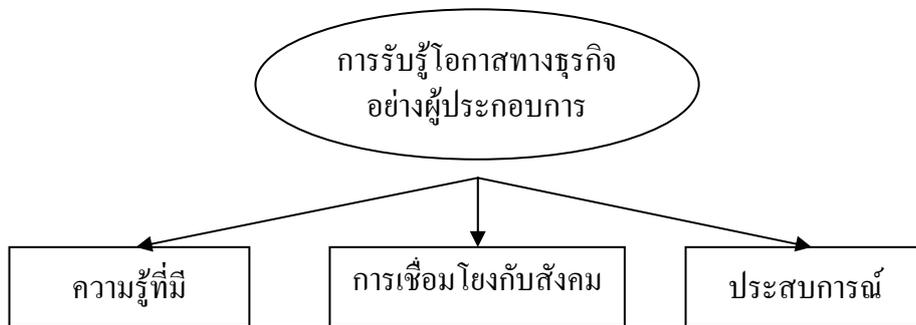
Fiske and Taylor (1991) สรุปว่าการรู้คิดนั้นมีแนวทางในการศึกษา 2 แนวทาง อันแรกเป็นการศึกษาองค์ประกอบที่เกิดขึ้นในการรู้คิดจากกระบวนการ (Process Orientation) ที่ทำให้เกิดการรู้คิดเริ่มต้นตั้งแต่สิ่งเร้า (Stimuli) ไปจนถึงการตอบสนอง อีกแนวทางหนึ่งคือการศึกษาจากผลลัพธ์ (Outcome Orientation) เป็นการคาดการณผลที่เกิดจากการเร้า ในการศึกษาการรู้คิดทางสังคม การศึกษาจากกระบวนการได้รับการยอมรับมากกว่าการศึกษาจากผลลัพธ์

การรู้คิดเป็นส่วนหนึ่งของภาวะผู้ประกอบการ การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้ประกอบการได้เปลี่ยนแปลงแนวทางจากการให้ความสำคัญต่อการศึกษาลักษณะของผู้ประกอบการไปสู่การศึกษากระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่ต้นทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมา (Bygrave and Hofer, 1991; Covin and Slevin, 1991; Lumpkin and Dess, 1996) กระบวนการหนึ่งที่เป็นลักษณะเฉพาะของภาวะผู้ประกอบการนี้คือกระบวนการในการรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ (Singh, 2000) ลักษณะเฉพาะของภาวะผู้ประกอบการนี้เกิดจากการผสมผสานกันจากอิทธิพลจากทั้งการกระทำจากตัวบุคคลและจากการใช้ประโยชน์จากโอกาสธุรกิจ (Shane and Venkataraman, 2000) การศึกษาภาวะผู้ประกอบการจึงต้องรวมเอามิติของการรับรู้และการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มี งานวิจัยหลายชิ้นได้สนับสนุนแนวคิดนี้โดยเห็นว่าการรับรู้โอกาสธุรกิจอาจจะเป็นก้าวที่สำคัญก้าวแรกในกระบวนการของภาวะผู้ประกอบการ (Hills, et al., 1997) หรือเห็นว่าการค้นพบโอกาสธุรกิจเป็นแก่นกลางที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ (Kirzner, 1997) เพราะว่าโอกาสนั้นจะเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการได้จัดตั้งวิสาหกิจใหม่หรือแสวงหาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ออกมาสู่ตลาด

โอกาสธุรกิจคือสิ่งที่ได้มาจากการรู้คิด เป็นสิ่งที่สามารถนำไปดำเนินธุรกิจ เป็นสิ่งที่มีศักยภาพ มีความคุ้มค่าต่อการลงทุนและสามารถสร้างกำไรให้กับผู้ประกอบการ โอกาสธุรกิจอาจจะเป็นนวัตกรรมของสินค้าหรือบริการใหม่ หรือเป็นการปรับปรุงสินค้าที่ผลิตอยู่แล้วหรือปรับปรุงการบริการที่มีในปัจจุบัน หรือ เป็นการลอกเลียนเปลี่ยนแปลงสินค้าที่สามารถสร้างกำไรในตลาดที่ยังไม่อิ่มตัว (Singh, 2000) การรับรู้โอกาสธุรกิจคือการมองเห็นความเป็นไปได้ในการสร้างวิสาหกิจใหม่หรือการปรับปรุงการดำเนินการธุรกิจในระดับที่มีสาระสำคัญ (Christensen, Madsen, and Peterson, 1989) ซึ่งการสร้างวิสาหกิจใหม่และการนำธุรกิจไปสู่ตลาดที่มีอนาคตนี้ เป็นกิจกรรมที่สำคัญของการรู้คิดของภาวะผู้ประกอบการ (Hills, et al., 1997) การรับรู้โอกาสธุรกิจประกอบด้วยกระบวนการ 3 ขั้นตอนได้แก่ 1) การรับรู้ความต้องการของตลาดหรือการมองเห็นว่าทรัพยากรไม่ได้ถูกใช้อย่างคุ้มค่า 2) การค้นพบว่ามีทรัพยากรที่มีอยู่สามารถนำไปตอบสนองความต้องการของตลาดได้ และ 3) การสร้างแนวคิดธุรกิจขึ้นใหม่จากการจับคู่ความต้องการของตลาดและทรัพยากรที่มีนั้น (De Koning and Muzyka, 1999) การรับรู้โอกาสธุรกิจนี้ไม่ใช่เรื่องเดียวกับ

การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของวิสาหกิจขนาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นเป็นด้านการผลิต การใช้ทรัพยากรหรือการจัดการ เพราะว่าการรับรู้โอกาสธุรกิจไม่ใช่เพียงแค่ทำการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ของวิธีการและผลลัพธ์ที่มีในปัจจุบันเท่านั้น แต่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ของวิธีการและผลลัพธ์แบบใหม่ออกมา (Kirzner, 1997)

การรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการเกิดจากการรู้คิดที่ได้มาจาก 3 วิธีการคือจากความรู้ที่มีอยู่ก่อนหรือความรู้ที่ได้มาในระหว่างการทำธุรกิจ โอกาสจากการเชื่อมโยงกับสังคมและการรับรู้โอกาสจากประสบการณ์



ความรู้คิดที่มาจากความรู้ที่มีอยู่ก่อน (Prior Knowledge) ในมุมมองของเศรษฐศาสตร์แบบออสเตรียน (Austrian Economics) ตลาดจะประกอบด้วยบุคคลที่รับทราบหรือมีข้อมูลที่แตกต่างกัน (Hayek, 1945) ซึ่งบ่งบอกว่าการรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ การรับรู้จะเป็นสิ่งที่ภาวะผู้ประกอบการมีความโดดเด่นหรือแตกต่างไปจากผู้อื่น การได้มาซึ่งการรับรู้โอกาสธุรกิจนี้เป็นสิ่งที่เกิดมาจากข้อมูล จากประสบการณ์ หรือจากความรู้ที่ตนเองนั้นมีอยู่ก่อนซึ่งแน่นอนย่อมแตกต่างจากผู้อื่น (Shane, 2000) ในการรับรู้โอกาสธุรกิจผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ที่มีอยู่ก่อนและเสริมเพิ่มเติมด้วยข้อมูลใหม่ ซึ่งจะทำให้เกิดการคาดการณ์ถึงโอกาสธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ (Kaish and Gilad, 1991) ต้นกำเนิดของความรู้ของผู้ประกอบการที่นำไปสู่การคาดการณ์ของโอกาสธุรกิจนี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเฉพาะกับตัวบุคคลที่ได้รับประสบการณ์จากการทำงาน จากการได้เผชิญเหตุการณ์ต่างๆ รวมไปถึงมาจากการศึกษา (Hayek, 1945)

ความรู้คิดที่มาจากประสบการณ์ (Experience) มีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ส่วนบุคคลในอุตสาหกรรมได้ทำให้ผู้ประกอบการเกิดความคิดในการก่อตั้งวิสาหกิจขึ้นมา (Vesper, 1994) Hills et al. (1997) ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่ไม่ได้พึ่งพาผู้อื่น (Solo Entrepreneur) มองเห็นโอกาสธุรกิจเพราะว่ามีต้นตัวในการรับรู้ด้วยตนเอง การต้นตัวในการรับรู้โอกาสจะทำหน้าที่ทันทีเมื่อผู้ประกอบการมีประสบการณ์ กล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่าความรู้เหล่านี้สามารถพัฒนาขึ้นมาจาก

การทำหน้าที่ต่างๆ เช่น ประสิทธิภาพการเป็นผู้ขายสินค้า การเป็นผู้ใช้สินค้า การเป็นผู้ผลิตสินค้า การศึกษากระบวนการ (Shane, 2000) ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการที่มีเครือข่าย (Network Entrepreneur) ที่รับรู้โอกาสธุรกิจมาจากเครือข่ายสังคมของตนเอง การตื่นตัวในการรับรู้โอกาสธุรกิจนี้เองที่เป็นสิ่งที่ได้มีการพิสูจน์ถึงความแตกต่างของผู้ประกอบการกับผู้บริหารของวิสาหกิจทั่วไป (Gaglio and Taub, 1992) ความสามารถในการมองเห็นความสัมพันธ์ใหม่ระหว่างวิธีการดำเนินการกับผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นจากข้อมูลที่มีอยู่เองที่เป็นความสามารถโดยแท้จริงจากประสิทธิภาพของภาวะผู้ประกอบการ

ความรู้คิดที่มาจากเครือข่ายสังคม (Social Networks) นอกจากการรับรู้โอกาสธุรกิจผ่านความรู้และประสิทธิภาพที่มีอยู่ก่อนแล้ว การพบปะในสังคมธุรกิจ หรือกิจกรรมจากเครือข่ายก็เป็นอีกแหล่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการใช้ในการสร้างโอกาสธุรกิจ (Singh, 2000) เครือข่ายสังคมประกอบด้วยบุคคลที่มีความหลากหลายทั้งจำนวนและประเภทที่พบปะกันการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเป็นกลไกที่สำคัญ โดยเฉพาะต่อการเชื่อมโยงกับโอกาสธุรกิจ (Mayo, Helms, Becherer, and Finch, 2002) ผู้ประกอบการที่มีเครือข่ายจะสามารถรับรู้โอกาสธุรกิจผ่านการเครือข่ายสังคมที่ตนเองมีอยู่ (Hills, et al., 1997) เครือข่ายสังคมของผู้ประกอบการคือกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์รู้จักกันมาเป็นเวลานาน มีความสัมพันธ์ที่ไว้วางใจกันได้ แต่ไม่รวมถึงหุ้นส่วนที่ทำธุรกิจร่วมกัน หรือ บุคลากรที่รับมาทำงานในวิสาหกิจ ผู้ที่ขายสินค้าหรือผู้ที่ร่วมก่อตั้งกิจการ และผู้ที่เพียงแต่ให้ข้อมูลการตลาดต่างๆ ไป (De Koning and Muzyka, 1999)

3.8 องค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นทำให้สามารถนำเสนอตัวแบบขององค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตัวแบบขององค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการได้มาจากวิธีการนิรนัย (Deductive Approach) จากวรรณกรรมงานวิจัยเรื่องมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการในระยะเวลา 3 ทศวรรษที่ผ่านมา เริ่มต้นจากประการแรก ในการทำความเข้าใจต่อมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการต้องเริ่มจากการทำความเข้าใจต่อนิยามความหมายของคำว่า ภาวะผู้ประกอบการเสียก่อน (Bygrave and Hofer, 1991) การให้คำนิยามความหมายภาวะผู้ประกอบการมีมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเป็นจำนวนมากแต่ยังไม่มีการเห็นพ้องกันในเรื่องความหมายและบทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการ (Amit, et al., 1993) แต่จากบริบทรวมทั้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ที่เน้นไปที่การศึกษาภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการศึกษาวิสาหกิจที่มีการก่อตั้งและดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว มากกว่าการก่อตั้งกิจการใหม่ ดังนั้นความหมายของมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการที่

สอดคล้องกับบริบทนี้คือ ภาวะผู้ประกอบการหมายถึงกระบวนการในการสร้างสิ่งที่แตกต่างด้วยคุณค่า โดยการอุทิศเวลา ความมานะ เงินทุน จิตวิทยา ความเสี่ยงด้านสังคม เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนด้านการเงินและความพึงพอใจ เป็นการดำเนินการเพื่อทำให้องค์กรสามารถเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจสร้างหรือผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จจากโอกาสนั้นๆ โดยการใช้ความสามารถในการเปลี่ยนความคิด (Idea) ให้เป็นการกระทำ (Action) ในการสร้างสินค้าหรือบริการ” ซึ่งเป็นการสรุปจากคำนิยามของงานวิจัยที่ผ่านมา (Bygrave and Hofer, 1991; Hisrich and Peters, 1995; Shane and Venkataraman, 2000) และความหมายของภาวะผู้ประกอบการที่สรุปมานี้ก็เป็นไปในทำนองเดียวกับ โน้ตส์ที่ Schumpeter (1942) ได้นำเสนอไว้ว่า “ภาวะผู้ประกอบการหมายถึงการที่ผู้ประกอบการเห็นโอกาสของธุรกิจและพยายามดำเนินการให้โอกาสดังกล่าวนั้นเป็นจริงได้โดยจำเป็นที่จะต้องผสมผสานการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสม

ถัดมาการกำหนดตัวแบบขององค์ประกอบโน้ตส์ภาวะผู้ประกอบการสามารถพิจารณาได้ชัดเจนขึ้นจากลักษณะสำคัญที่สรุปจากการทบทวนวรรณกรรมในหลากหลายแง่มุม ลักษณะสำคัญของภาวะผู้ประกอบการประกอบด้วย ประการแรก มโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการเป็นมโนทัศน์ที่ต้องได้รับการอธิบายจากศาสตร์หลายสาขา ได้แก่ ด้านเศรษฐศาสตร์ ด้านการบริหาร ด้านจิตวิทยา ด้านสังคม เป็นต้น (Low and MacMillan, 1988) ดังนั้นมโนทัศน์นี้จึงสามารถที่จะนำเอาทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสาขาเหล่านั้นมาอธิบายมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการได้ ประการที่สอง ภาวะผู้ประกอบการไม่ได้เป็นพฤติกรรมเฉพาะของผู้ประกอบการเท่านั้น แต่บุคคลในหน่วยงานขององค์กรก็มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานกับตัวผู้ประกอบการด้วย (Gartner, et al., 1994) ผลงานที่ได้จึงเป็นผลประกอบการขององค์กร (Covin and Slevin, 1991) ไม่ใช่ของตัวบุคคล ภาวะผู้ประกอบการจึงเป็นการกระทำหรือกระบวนการที่ดำเนินการทั้งภายในและเป็นขององค์กร ที่ไม่ใช่ลักษณะของผู้ประกอบการเพียงคนเดียว (Bygrave and Hofer, 1991) ประการที่สาม ภาวะผู้ประกอบการจะแสวงหาทรัพยากรให้กับองค์กรไม่ว่ามีอยู่แล้วหรือไม่ในการนำมาพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ (Stevenson and Jarillo, 1990) และลักษณะสำคัญประการสุดท้ายของภาวะผู้ประกอบการคือภาวะนี้เป็นกระบวนการที่ต้องการเวลาดำเนินการจึงจะเห็นผลลัพธ์ออกมา การตรวจสอบสามารถทำได้โดยต้องกำหนดกรอบเวลาที่มีระยะเวลาที่นานเพียงพอ (Low and MacMillan, 1988)

ต่อเนื่องจากลักษณะสำคัญของภาวะผู้ประกอบการข้างต้น การทบทวนทฤษฎีต่างๆได้พบว่าพฤติกรรมหรือการกระทำตามมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการนั้นมีความสอดคล้องกับฐานคติของทฤษฎีหลายทฤษฎี จึงสามารถนำเอาทฤษฎีเหล่านั้นมาใช้อธิบายภาวะผู้ประกอบการได้ อันดับแรกภาวะผู้ประกอบการบ่งชี้ว่าพฤติกรรมภายในขององค์กรไม่ได้จำกัดอยู่ที่ตัวผู้ประกอบการ (Gartner, et al., 1994) แต่มีบุคคลอื่นในองค์กรที่ได้รับมอบหมายและทำหน้าที่ร่วมกับตัวผู้ประกอบการ ซึ่ง

สอดคล้องกับฐานคติของทฤษฎีภาวะผู้นำ (Leadership Theory) ที่มองเห็นว่าการสร้างการรับรู้ต่อความสำคัญของภาระหน้าที่จะเป็นแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ และการให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมจะทำให้ผลการทำงานดีขึ้น อันดับที่สอง ภาวะผู้ประกอบการได้ทำหน้าที่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นเหตุเป็นผล ซึ่งในเรื่องนี้สอดคล้องกับฐานคติของทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ที่กำหนดว่าการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ของผู้ที่รับผิดชอบจะทำด้วยเหตุและผล เป็นการตัดสินใจเพื่อการบรรลุจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์แบบผู้ประกอบการเน้นไปที่การตัดสินใจที่เป็นเหตุเป็นผลสนองตอบความต้องการเปลี่ยนแปลงสภาพการแข่งขัน (Zahra and Covin, 1995) อันดับที่สาม ภาวะผู้ประกอบการสร้างพฤติกรรมความรู้คิดที่ทำให้องค์กรมองหาและมองเห็น โอกาสทางธุรกิจ สอดคล้องกับทฤษฎีการรู้คิดที่นำข้อมูลที่ได้รับรู้มาผ่านกระบวนการรู้คิดต่างๆ (Neisser, 1967) และเลือกที่จะกระทำตาม โอกาสนั้นจนประสบความสำเร็จ (Shane and Venkataraman, 2000) ความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรก็เป็นสิ่งที่สำคัญอีกด้านหนึ่งของมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการ ซึ่งต้องพัฒนาสินค้าขึ้นมาใหม่จากทรัพยากรที่สามารถบริหารจัดการได้ (Stevenson and Jarillo, 1990) ผู้ประกอบการจะดูแลทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์หลากหลาย คุ่มค่าต่อการใช้ รักษาไม่ให้ทรัพยากรนั้นถูกคู่แข่งแย่งเอาไปได้โดยง่าย และสามารถพัฒนาทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ให้กับตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นฐานคติที่สำคัญของทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร

จากผลการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นเหตุเป็นผลที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้สามารถตั้งข้อเสนอ (Proposition) ได้ว่ามโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นมาจากการทำหน้าที่ของผู้ประกอบการร่วมกับผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับสูงในวิสาหกิจ ที่ประกอบด้วยตัวสร้าง (Construct) 4 ด้านคือ ตัวสร้างแรกคือ การทำหน้าที่ตามภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ หมายถึงการอุทิศเวลาที่สำคัญ ความมานะ จิตวิทยา เพื่อสร้างการรับรู้ แรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ และสร้างการทำงานที่เป็นทีมเพื่อก่อให้เกิดความสำเร็จต่อองค์กร เป็นการดำเนินการเพื่อให้องค์กรสามารถเข้าถึง โอกาสทางธุรกิจ และสร้างหรือผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จจากโอกาสนั้นๆ โดยการใช้ความสามารถในการเปลี่ยนความคิด ให้เป็นการกระทำในการสร้างสินค้าหรือบริการ

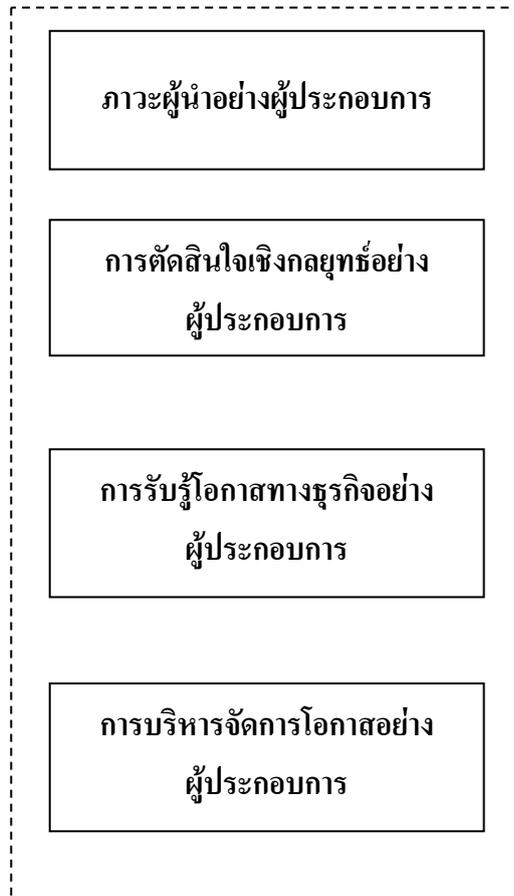
ตัวสร้างที่สองคือการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ภาวะผู้ประกอบการแสดงแนวทางในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ในการดำเนินการที่เหมาะสมและภายใต้ข้อจำกัดด้านทรัพยากร ด้วยการทำงานเชิงรุก การสร้างนวัตกรรม การกล้าเสี่ยง เพื่อให้วิสาหกิจตัดสินใจจากโอกาสที่ค้นพบ สร้างทางเลือกด้านต่างๆ พิจารณาทางเลือกนั้นอย่างเป็นเหตุเป็นผล ตัดสินใจ จนสามารถดำเนินการเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ผลจากการดำเนินการในลักษณะของภาวะ

ผู้ประกอบการดังกล่าวจะทำให้ตัววิสาหกิจประกอบกิจการ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามเป้าหมาย ภาวะผู้ประกอบการทำให้องค์การมีผลการประกอบการที่ดีขึ้นสามารถทำให้วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมมีโอกาสเจริญเติบโตและมีความยั่งยืน

ตัวสร้างที่สามคือการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ กระบวนการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการเกิดขึ้นจากที่นำเอาสิ่งที่ได้รับรู้จากแหล่งต่างๆที่ผ่านเข้ามา ไม่ว่าจะเป็นความรู้ที่มีอยู่ก่อน ประสบการณ์ รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากเครือข่ายสังคม ผ่านเข้ามาทำการวิเคราะห์ แปรเปลี่ยน เปรียบเทียบ เก็บ นำกลับมาใช้ เป็นกระบวนการรู้คิดที่สร้างหรือทำให้เห็นหรือเกิดโอกาสทางธุรกิจ เป็นการใช้โครงสร้างความรู้ที่มีเพื่อประเมิน พิจารณา ตัดสินสิ่งที่เกี่ยวข้องกับโอกาสธุรกิจ เพื่อสร้างธุรกิจ หรือเพื่อการเจริญเติบโต

ตัวสร้างสุดท้ายคือการบริหารจัดการโอกาสอย่างผู้ประกอบการ ที่องค์การสามารถบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อสนองต่อ โอกาสในทางธุรกิจที่รับรู้ สร้างความได้เปรียบจากการมีทรัพยากรที่เหนือกว่าคู่แข่งจะเป็นสิ่งที่ช่วยให้วิสาหกิจมีการเติบโตก้าวหน้าได้ ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรและมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการต่างก็เห็นตรงกันว่า ทรัพยากรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งที่ภาวะผู้ประกอบการย่อมต้องมีส่วนในการทำให้วิสาหกิจบริหารจัดการทรัพยากรในมิติต่างๆ ให้เกิดคุณค่า แตกต่างจากคู่แข่งอื่น ไม่สามารถที่จะลอกเลียนแบบได้ง่าย จนเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ภาพที่ 3.1 แสดงถึงองค์ประกอบของมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประกอบด้วยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการโอกาสอย่างผู้ประกอบการ



ภาพที่ 3.1 ตัวแบบองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการ

3.9 สรุป

ผลประกอบการองค์การหมายถึงผลการดำเนินการในขั้นตอนสุดท้ายขององค์การ เป็นการประเมินความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การที่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (Pasanen, 2003) โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นสิ่งที่สามารถนำมาชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างขององค์การต่างๆภายใต้ตัวชี้วัดที่เป็นที่ยอมรับและเข้าใจโดยทั่วไป การประเมินผลประกอบจะต้องมีความเข้าใจต่อความต้องการที่แตกต่างกันและทำให้มีวิธีการประเมินที่หลากหลายแตกต่างกันในแต่ละวัตถุประสงค์ (Venkatraman and Ramanujam, 1985) ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรเป็นการประเมินในหลายมิติทั้งทางด้านการเงินและด้านอื่นๆ (Dess and Robinson, 1984; Devinney, et al., 2005) ไม่ควรนำเอามิติต่างมารวมกันเป็นผลรวมแบบองค์ประกอบ (Composite Variable) เนื่องจากทำให้ผลประกอบการรวมนั้นมีความหมายที่คลาดเคลื่อนไป (Venkatraman and Ramanujam, 1985)

การประเมินผลประกอบการจะต้องสอดคล้องกับปัจจัยที่มีอิทธิพลหรือตัวแปรอิสระที่มีต่อผลการประกอบการ โดยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลกับผลประกอบการหรือตัวแปรตาม (Devinney, et al., 2005; Venkatraman and Ramanujam, 1987)

ปัจจัยที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแตกต่างกันไปจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากการที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งด้านสังคมและการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบและกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี ทำให้การแข่งขันอยู่ภายใต้สภาวะการณ์ที่เป็นพลวัตมีการปรับเปลี่ยนอย่างรวดเร็วต้องพึ่งพาความรู้หรือความสามารถของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อการอยู่รอด การกระทำดังกล่าวเรียกว่าการดำเนินการแบบภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) (Grimm, et al., 2006) ปัจจัยองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่เกิดมาจากความหลากหลายของทฤษฎี การดำเนินการของผู้ประกอบการต้องสามารถรับรู้หรือแสวงหาโอกาสจากสถานการณ์ตลาด การแข่งขันที่เป็นอยู่ และสามารถบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจนั้นด้วยการดำเนินการที่เหมาะสมกับระดับความสามารถของทรัพยากรที่มีอยู่ ทฤษฎีที่ได้รับการศึกษาว่าสามารถนำมาอธิบายภาวะผู้ประกอบการ ได้แก่ ทฤษฎีภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำทำหน้าที่ในการนำองค์การในการทำลายเชิงสร้างสรรค์ของความสมดุคย์ของตลาด (Schumpeter, 1942) ทำการค้นหา ประเมิน และใช้ประโยชน์จากโอกาส (Shane and Venkataraman, 2000) ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร เป็นการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อนำมาใช้สร้างความสามารถในการแข่งขัน (Romanelli, 1987) พยายามจัดหาทรัพยากรหรือใช้ทรัพยากรที่มีอยู่มาดำเนินการให้สอดคล้องกับโอกาสที่มี (Stevenson and Jarillo, 1990) ทฤษฎีการรู้จัก โครงสร้างของความรู้ของผู้ประกอบการถูกนำมาใช้ตัดสินใจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ (Mitchell, et al., 2002) การตื่นตัวในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจเกิดมาจากความสามารถในการรู้จักที่มีอยู่ในภาวะผู้ประกอบการ (Hills, et al., 1997) และทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ ภาวะผู้ประกอบการแสดงออกด้วยการตัดสินใจในเชิงกลยุทธ์อย่างมีเหตุผลเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับตัวองค์กร ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม การกล้าเสี่ยง การตัดสินใจเชิงรุกในการประกอบธุรกิจ เพื่อสร้างความสำเร็จให้กับวิสาหกิจ (Dess, et al., 1997)

การดำเนินการของภาวะผู้ประกอบการสำหรับธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทำให้เกิดผลต่อผลการประกอบการ ทำให้เกิดความก้าวหน้าในด้านเศรษฐกิจขององค์กร (Low and MacMillan, 1988) สร้างการเปลี่ยนแปลงความต้องการของตลาด (Stevenson and Jarillo, 1990) รวมทั้งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และได้รับผลตอบแทนทางการเงิน ที่มีผลต่อผลประกอบการขององค์กร (Covin and Slevin, 1991; Schollhammer, 1982)

บทที่ 4

กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 3 ได้นำเสนอทฤษฎีผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งผลประกอบการคือผลลัพธ์ที่เป็นความต้องการของตัวผู้ประกอบการที่เป็น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่สำคัญของวิสาหกิจฯ ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ให้ความสำคัญกับการเติบโต การทำกำไร และการอยู่รอด ในการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับปัจจัยที่มีต่อผลประกอบการเหล่านี้สรุปได้ว่า จากสภาพแวดล้อมและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว การดำเนินการธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบภาวะผู้ประกอบการ ได้แสดงให้เห็นว่าน่าจะเป็นปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการ อย่างไรก็ตามภาวะผู้ประกอบการเป็นมโนทัศน์ที่มีความซับซ้อนจึงประกอบด้วยองค์ประกอบหลายด้าน ได้แก่ ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ องค์ประกอบเหล่านี้พัฒนามาจากทฤษฎีที่มีฐานคติที่เหมาะสมกับฐานคติภาวะผู้ประกอบการ และในบทนี้จะเป็นการนำเสนอกรอบแนวคิดและสมมติฐานของการวิจัยเพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ในการยืนยันความถูกต้องขององค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการในการทำธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และพิสูจน์เชิงประจักษ์ว่าองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

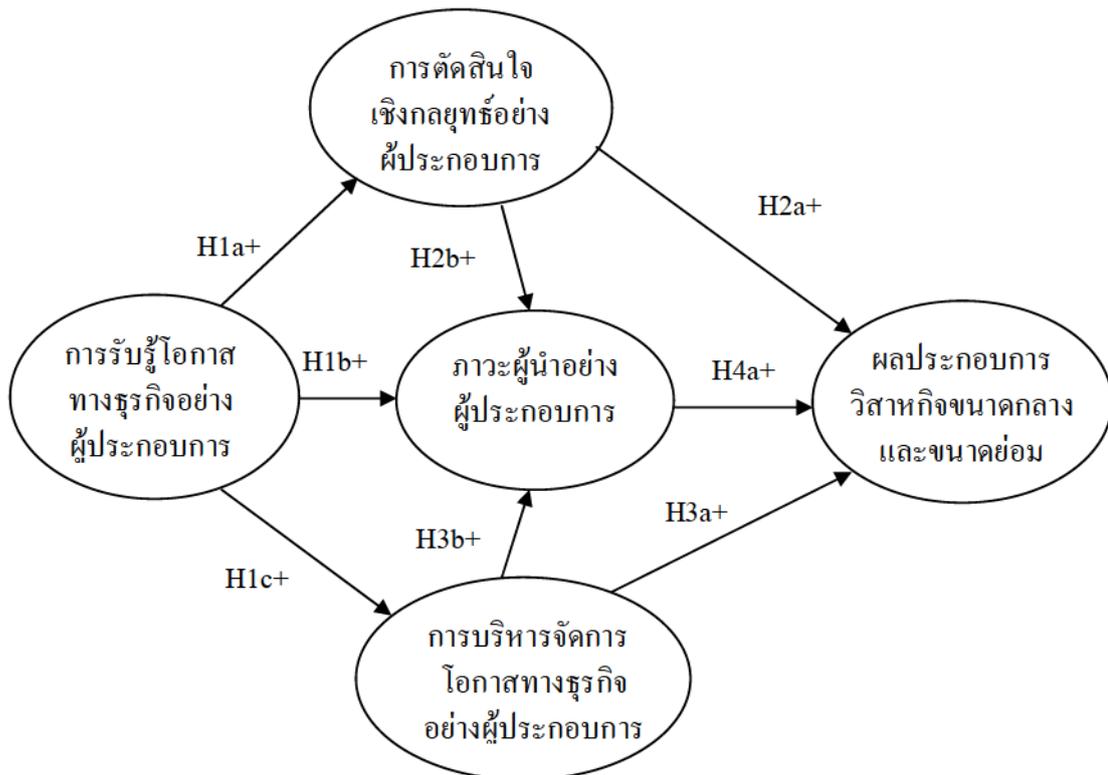
การศึกษานี้ได้ยอมรับแนวคิดว่าผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยภาวะผู้ประกอบการหรือการกระทำของผู้ประกอบการ (Bygrave and Hofer, 1991; Covin and Slevin, 1991; Low and MacMillan, 1988; Shane and Venkataraman, 2000; Stevenson and Jarillo, 1990) การทบทวนวรรณกรรมทำให้ได้พบว่าองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการนั้นจะประกอบด้วยปัจจัย 4 ด้านคือ ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจอย่าง

ผู้ประกอบการ และปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการเหล่านี้ต่างมีบทบาทต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกัน รูปที่ 4.1 ได้แสดงให้เห็นถึงกรอบแนวคิดที่เป็นตัวแทนความสัมพันธ์ที่ปัจจัยเหล่านี้มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

กรอบแนวคิดได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการเป็นเสมือนจุดเริ่มต้นในของภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจซึ่งไม่ว่าจะเป็นการสร้างธุรกิจใหม่ การเปลี่ยนแปลงการดำเนินการธุรกิจ หรือต้องการให้เกิดการปรับปรุงการดำเนินการ (Christensen, et al., 1989) การประกอบการนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อได้พบโอกาสธุรกิจในการสร้างกำไรก่อนที่จะมีการนำไปดำเนินการ (Venkataraman, 1997) ความสามารถของผู้ประกอบการทำให้มองเห็นถึงวิธีการและการคาดการณ์ต่อสิ่งที่จะต้องลงมือดำเนินการ เป็นการบรรจบกันของโอกาสในการสร้างผลกำไรและตัวบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบการ (Shane and Venkataraman, 2000) จากโอกาสทางธุรกิจที่มี การสนองความต้องการของโอกาสหรือปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการคือการดำเนินการในขั้นต่อไปของภาวะผู้ประกอบการในการทำหน้าที่สนองความต้องการของตลาดที่ยังไม่ได้รับการตอบสนองหรือโอกาสที่ค้นพบ (Kirzner, 1986) ผู้ประกอบการที่ได้ออกโอกาสจะดำเนินการให้โอกาสดังกล่าวเป็นจริงได้จากการผสมผสานการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสม (Schumpeter, 1942)หรือเท่าที่สามารถหามาได้ (Stevenson and Jarillo, 1990) ในขณะที่เดียวกันปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการก็ทำหน้าที่ในการดำเนินการสร้างกลยุทธ์เพื่อเปลี่ยนแปลงองค์การจากสถานะปัจจุบันไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ (Schendel and Hofer, 1979) การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์คือผลผลิตที่เป็นความคิดของผู้ประกอบการในการสร้างทางเลือกต่างๆจากโอกาสทางธุรกิจที่เข้ามาเพื่อทำให้องค์การเดินหน้าไปสู่ความสำเร็จ เด็บโต ไม่ใช่เป็นเพียงการดำเนินการในการทำงานปกติเช่นการบริหารทั่วไป (Cooper, 1979) ผลจากการดำเนินการทั้งการตัดสินใจของผู้ประกอบการและการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจจะผ่านการทำหน้าที่ของผู้นำของผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ผลักดันและมีอิทธิพลต่อการกระทำของสมาชิกคนอื่นทั้งในเชิงบุคคลและในเชิงองค์กรวม (Tarabishy, 2005) ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการเป็นผู้ที่ทำหน้าที่มองเห็นและดำเนินการปรับตัวให้เข้ากับสถานะการ นำเอาทรัพยากรบุคคลหรือผู้ตามในองค์กรมาใช้ในการดำเนินการขับเคลื่อนธุรกิจ

นอกจากนั้น ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ และปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ยังเป็นปัจจัยที่ผลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจโดยตรง ปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการคือการทำหน้าที่ในการให้ได้มาและการครอบครองทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ในการประกอบการ

เพื่อให้วิสาหกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันและมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการ (Conner and Prahalad, 1996b) การรังสรรค์ผลลัพธ์จากทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีคุณค่าต่อธุรกิจเป็นสิ่ง ที่ผู้ประกอบการต้องใช้ความสามารถจากมุมมองที่มีต่อทรัพยากรที่ไม่เหมือนกัน (Alvarez and Busenitz, 2001; Shane and Venkataraman, 2000) ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการคือ กลไกในการสร้างความเปลี่ยนแปลงขององค์การให้เปลี่ยนไปสู่จุดประสงค์ที่ต้องการ (Schendel and Hofer, 1979) เป็นผลผลิตที่เกิดจากความคิดของผู้ประกอบการจากโมทัศน์ที่ต้องการสร้าง สินค้า การลงทุน เพื่อต้องการให้องค์การมีความเข้มแข็ง รักษาความสามารถในการแข่งขัน (Donaldson and Lorsch, 1983) ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการคือ กระบวนการที่ผู้นำหรือ ผู้ประกอบการและผู้ตามหรือผู้ร่วมงานได้ร่วมกันระดับการทำงานของแต่ละฝ่ายไปสู่จุดที่สูงขึ้นทั้ง ในด้านขวัญกำลังใจและแรงจูงใจ เป็นผู้ที่รับรู้ ความสามารถ ความต้องการ สร้างแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และเปลี่ยนแปลงให้ผู้ตามใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์การบรรลุ วัตถุประสงค์ (Tarabishy, 2005)



ภาพที่ 4.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

4.2 สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ได้นำเสนอต่อไปนี้เป็นข้อเสนอความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีระหว่างปัจจัยองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ต้องการพิสูจน์เชิงประจักษ์ โดยการนำเสนอแบ่งออกตามปัจจัยองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการ ตั้งแต่ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ H1 ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางอ้อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสอย่างผู้ประกอบการ

การรับรู้โอกาสธุรกิจมาจากกระบวนการรู้คิดของผู้ประกอบการ ไม่ใช่เป็นสิ่งที่บังเกิดขึ้นแก่ผู้ประกอบการ โดยฉับพลันเพียงขั้นตอนเดียว แต่เป็นกระบวนการที่มีขั้นตอนหลายขั้นก่อนการรับรู้โอกาส การรับรู้โอกาสธุรกิจแสดงออกมาจากความสามารถในการรับรู้ของผู้ประกอบการจากกิจกรรมที่อาจจะเกิดขึ้นก่อนหรือหลังจากการตั้งวิสาหกิจก็ได้ (Singh, 2000) ความสามารถในการรับรู้ของผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการมีมุมมองต่อโอกาสธุรกิจจากความเสี่ยงที่แตกต่างไปจากมุมมองของผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการจะมองเห็นจุดแข็งโอกาสที่ดี ในสถานการณ์นั้นมากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นผู้ประกอบการ (Palich and Ray Bagby, 1995) ซึ่งอาจมองสิ่งเดียวกันไม่น่าสนใจหรือมีความเสี่ยงมากจนเกินไป ทฤษฎีการรู้คิด (Cognition Theory) เป็นทฤษฎีที่สามารถนำมาอธิบายพฤติกรรมของมนุษย์ด้วยการทำความเข้าใจกระบวนการคิดจากอวัยวะที่ทำหน้าที่รับข้อมูล แปลรูปข้อมูล การลดขนาด เก็บ นำกลับและใช้ข้อมูลนั้น (Neisser, 1967) การรับรู้และจิตวิทยาการรับรู้เกี่ยวข้องกับการศึกษามุมมองส่วนบุคคล การจดจำ การคิด (Estes, 1975) ฐานคิดของทฤษฎีการรับรู้เห็นว่ามนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่ใช้เหตุผลในการตัดสินใจเลือกสิ่งที่มีความเหมาะสมต่อตนเองมากที่สุด ดังนั้นการรับรู้ของผู้ประกอบการจึงเป็นการใช้โครงสร้างความรู้ที่ตนเองมีอยู่เพื่อประเมิน พิจารณา หรือตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับโอกาสธุรกิจ ตั้งแต่การประเมินคุณค่า การสร้างวิสาหกิจ ไปจนถึงการทำให้กิจการเติบโต (K. R. Mitchell, et al., 2002) ผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการรับรู้จะมองเห็นความสัมพันธ์ของวิธีการและผลลัพธ์ของสิ่งที่จะลงมือทำธุรกิจจากข้อมูลหรือประสบการณ์ที่ตนเองมีมาก่อนโดยการรวบรวมสิ่งต่างๆที่

การจัดกระจายอยู่กับคนละที่มาช่วยชี้ให้เห็นหรือสร้างสินค้าหรือบริการใหม่ และสามารถค้นหาหรือนำเอาทรัพยากรที่จำเป็นมาสร้างวิสาหกิจหรือทำให้วิสาหกิจเติบโตขึ้น (Mitchell, et al., 2002)

การรับรู้โอกาสธุรกิจมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเนื่องจากจะทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสในการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ หรือมองเห็นช่องทางการตลาดใหม่ ผู้ประกอบการจะทำการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ให้ตอบสนองกับโอกาสที่เข้ามา ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจเสี่ยงลงทุน การตัดสินใจสร้างนวัตกรรมสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการ หรือการตัดสินใจเชิงรุกก่อนหน้าคู่แข่ง ดังนั้น

สมมติฐาน H1a: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

โอกาสทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการมองเห็นจะเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการดำเนินการขององค์กรจากเดิมไปสู่เป้าหมาย วิสัยทัศน์ หรือวัตถุประสงค์ใหม่ ผู้ประกอบการจะโน้มน้าวบัณฑิตใจ กระตุ้น หรือจูงใจ ให้ผู้ตามในองค์กรคล้อยตามและทุ่มเทใจในการทำงานเพื่อเปลี่ยนแปลงวิสาหกิจ ดังนั้น

สมมติฐาน H1b: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

โอกาสทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการรับรู้ได้จะเป็นตัวผลักดันให้เกิดการบริหารจัดการทรัพยากรในองค์กร ผู้ประกอบการวิสาหกิจจะดำเนินการสรรหาทรัพยากรให้เพียงพอและมีความระดับต้นทุนที่เหมาะสมต่อการนำมาใช้ผลิตสินค้าหรือบริการ หรือทำการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าหรือวิธีการให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีหรือที่สรรหาได้ ดังนั้น

สมมติฐาน H1c: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ H2 ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์มีขีดความสามารถที่กว้างและมีลักษณะยืดหยุ่นที่สามารถทำให้เกิดความเข้าใจต่อการศึกษาภาวะผู้ประกอบการได้ ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์นี้จึงมีส่วนสำคัญที่นำไปสู่การพัฒนาทฤษฎีภาวะผู้ประกอบการได้ (Sandberg, 1992) ในมุมมองของการบริหารเชิงกลยุทธ์สามารถแบ่งกลยุทธ์ภาวะผู้ประกอบการออกเป็น 2 ด้านตามช่วงเวลาของ

วิสาหกิจคือ ภาวะผู้ประกอบการที่เป็นอิสระ (Independent Entrepreneurship) เป็นการศึกษากลยุทธ์ของผู้ประกอบการในช่วงการก่อตั้งกิจการวิสาหกิจใหม่ และภาวะผู้ประกอบการเชิงธุรกิจ (Corporate Entrepreneurship) ซึ่งเป็นการบริหารเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจที่ก่อตั้งแล้ว อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องการกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับประเภทของวิสาหกิจด้วย การบริหารเชิงกลยุทธ์จึงเป็นงานที่สำคัญของผู้ประกอบการ เป็นการสร้างกลไกและตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์เพื่อการเปลี่ยนแปลงตัวองค์กรให้เปลี่ยนไปจากจุดประสงค์เริ่มต้น (Schendel and Hofer, 1979)

การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ก็คือผลผลิตจากความคิดของภาวะผู้ประกอบการ ทางเลือกต่างๆ ที่มาจากความคิดจากภาวะผู้ประกอบการคือหัวใจของกลยุทธ์ การศึกษาเรื่องกลยุทธ์ที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันระหว่างองค์กรที่ก่อตั้งใหม่ องค์กรที่เริ่มเติบโต และองค์กรที่เติบโตแล้วนั้น ทำให้เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญต่อกลยุทธ์ที่เลือกใช้ในวิสาหกิจในแต่ละระยะ และยังมีส่วนชี้ให้เห็นด้วยว่าภาวะผู้ประกอบการแตกต่างจากการเป็นเพียงผู้จัดการหรือผู้บริหารองค์กร (Cooper, 1979)

การประยุกต์ใช้แนวทางทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์เพื่ออธิบายลักษณะของภาวะผู้ประกอบการแบ่งออกได้เป็นหลายๆประเด็น (Sandberg, 1992) ประกอบด้วย กลยุทธ์สำหรับการสร้างธุรกิจใหม่ (New Business Creation) การสร้างนวัตกรรม (Innovation) การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) และ การรับความเสี่ยง (Risk Assumption) กลยุทธ์สำหรับการสร้างธุรกิจใหม่คือการเลือกใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมให้เข้ากับ โอกาสหรือสถานะภาพของเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจะเลือกใช้กลยุทธ์ว่าต้องการสร้างวิสาหกิจขึ้นมาใหม่หรือทำการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรที่มีอยู่ กลยุทธ์การสร้างนวัตกรรมคือการที่ผู้ประกอบการมีความสามารถสร้างสินค้าหรือบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยอาจที่จะอาศัยกระบวนการวิจัยและพัฒนา การพิจารณาจากวิธีการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value-Chained Analysis) กลยุทธ์การแสวงหาโอกาสคือการที่ผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ สามารถสร้างกลยุทธ์ในการมองเห็นตลาด ความต้องการของลูกค้าที่ยังไม่มีสินค้าใดที่ตอบสนองได้ หรืออาจจะเป็นการสร้างมโนทัศน์ของสินค้าขึ้นมาใหม่ และการรับความเสี่ยงคือการที่ผู้ประกอบการมีกลยุทธ์ในการตัดสินใจลงทุนเพื่อตอบสนองจุดประสงค์ที่ต้องการรักษาสถานะทางการเงินของวิสาหกิจให้มีความเข้มแข็ง หรือต้องการรักษาองค์กรให้มีความสามารถในการแข่งขันต่อไปได้ (Donaldson and Lorsch, 1983)

ในการศึกษาวิจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของภาวะผู้ประกอบการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แม้จะพบว่าการกระทำอย่างผู้ประกอบการมีผลด้านบวกต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจ แต่ผลการวิจัยเชิงประจักษ์ที่ออกมายังไม่มีความแน่นอน (Johan Wiklund and Shepherd, 2005) ในการศึกษาบางกรณีเมื่อนำเอาปัจจัยสถานะแวดล้อมด้านอื่นมาร่วมพิจารณาด้วย ได้แก่ เรื่อง

ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งทุนและความเป็นพลวัตสถานะแวดล้อมมาร่วมศึกษาเป็นตัวแปรร่วม (Moderating) พบว่าสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำของผู้ประกอบการกับผลการประกอบการได้มากขึ้น และสรุปว่าการกระทำของผู้ประกอบการเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานะการของวิสาหกิจที่พบข้อจำกัดของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากร (Johan Wiklund and Shepherd, 2005)

การศึกษากลยุทธ์การดำเนินการของการเป็นผู้ประกอบการมีข้อดีว่าการศึกษาลักษณะประจำตัวของผู้ประกอบการที่มีผลต่อการประกอบการ ประการแรกผลของกลยุทธ์การดำเนินการของการเป็นผู้ประกอบการนั้นมีผลกระทบในระดับองค์การครอบคลุมทั้งผลที่มาจากตัวผู้ประกอบการเองและการดำเนินการที่มาจากผลกระทบของส่วนอื่นๆ ในองค์การ ประการที่สองกลยุทธ์การดำเนินการของการเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่ปรากฏออกมาให้เห็นได้ สามารถทำการวัดได้ง่ายกว่าลักษณะประจำตัวของผู้ประกอบการ และประการสุดท้ายการดำเนินการของการเป็นผู้ประกอบการนั้นเป็นสิ่งที่สามารถบริหารจัดการได้โดยผ่านกระบวนการบริหารจัดการทางธุรกิจ (Covin and Slevin, 1991) Wiklund (1999) ความยั่งยืนของผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดเล็กที่เกิดจากผลของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ โดยวัดผลจากการเติบโตขององค์การ จากยอดขาย การจ้างงาน และทรัพย์สิน รวมกับผลประกอบการด้านการเงินและผลประกอบการเปรียบเทียบกับคู่แข่งแทนการใช้ข้อมูลเป็นรายปี ซึ่งพบว่ากลยุทธ์การทำงานของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการประกอบการในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์จึงเป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Wiklund, 1999)

การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เป็นการตัดสินใจดำเนินการในสิ่งทีวิสาหกิจต้องการให้เกิดผลเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผลที่เกิดขึ้นย่อมทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานขององค์การ ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจดำเนินการนวัตกรรมสินค้าใหม่ การตัดสินใจเสี่ยงในการแข่งขัน หรือแม้แต่การทำงานเชิงรุกในธุรกิจ ผลที่เกิดขึ้นย่อมมีผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น

สมมติฐาน H2a: ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์เป็นการตัดสินใจดำเนินการในสิ่งทีวิสาหกิจต้องการให้เกิดผลเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผลจากการตัดสินใจดำเนินการนวัตกรรมสินค้าใหม่ หรือ การตัดสินใจเสี่ยงในการแข่งขัน หรือการทำงานเชิงรุกในธุรกิจ จะมีส่วนผลักดันให้องค์การมีการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการจากเดิมไปสู่เป้าหมาย วิสัยทัศน์ หรือวัตถุประสงค์ใหม่ ผู้ประกอบการจะโน้ม

น้ำวนดาลใจ กระตุ้น หรือจูงใจ ให้ผู้ตามในองค์กรคล้อยตามและทุ่มเทใจในการทำงานเพื่อเปลี่ยนแปลงวิสาหกิจ ดังนั้น

สมมติฐาน H2b: ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ H3 ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

นิยามภาวะผู้ประกอบการ ได้ตั้งข้อเสนอไว้ว่าผู้ประกอบการเป็นผู้ที่เห็น โอกาสของธุรกิจ และดำเนินการให้โอกาสดังกล่าวนั้นเป็นจริงได้โดยจะต้องผสมผสานการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสม (Schumpeter, 1942) หรือเท่าที่มีหรือสามารถหามาได้ (. Stevenson and Jarillo, 1990) เช่นเดียวกับที่ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรนั้นมองว่าทรัพยากรนั้นเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Barney, 1991; Peteraf, 1993) การที่วิสาหกิจมีกลุ่มทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ในการประกอบการได้จะทำให้วิสาหกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ (Conner and Prahalad, 1996a) ในขณะที่ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรคำนึงถึงการให้ได้มาและการครอบครองซึ่งทรัพยากรที่มีความหลากหลายเหนือกว่าคู่แข่ง มโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการกลับมองว่าจะสร้างคุณประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างไร ทำอย่างไรวิสาหกิจจึงจะรังสรรค์ผลลัพธ์จากทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีคุณค่าออกมาได้ ดังนั้นภาวะผู้ประกอบการจึงเป็นการดำเนินการที่ใช้ความสามารถของในการมองเห็นโอกาสในคุณค่าของทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละคนต่างก็มีมุมมองในคุณค่าของทรัพยากรที่ไม่เหมือนกัน (Shane and Venkataraman, 2000) มโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการและทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรต่างก็มีข้อเสนอที่สอดคล้องกันว่าด้วยการจัดการทรัพยากรนั้นเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินกิจกรรมขององค์กร

ภาวะผู้ประกอบการภายใต้มุมมองของทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร นำเสนอว่าผู้ประกอบการมีความสามารถในการรังสรรค์และผสมผสานทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่ให้เกิดเป็นทรัพยากรใหม่ที่มีความหลากหลายแตกต่างไปจากคุณค่าเดิมที่ตัวมันเองมีอยู่ เป็นทรัพยากรที่สร้างความแตกต่างให้กับองค์กรเหนือกว่าองค์กรอื่นหรือคู่แข่ง (Alvarez and Busenitz, 2001) ความสามารถจากภาวะผู้ประกอบการที่ได้ดำเนินการออกมาตามแนวคิดนี้ได้ทำให้เกิดผลต่อการดำเนินการของตัวองค์กรหรือวิสาหกิจ

ความแตกต่างในทรัพยากรเป็นเงื่อนไขสำคัญของทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรในการทำให้วิสาหกิจเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Barney, 1991) ผู้ประกอบการที่เห็นความแตกต่างของคุณค่าที่มีในทรัพยากรขององค์กรจะสามารถนำไปสร้างโอกาสในทางธุรกิจได้ดีกว่า ภาวะผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่ทำให้องค์กรหรือวิสาหกิจเกิดความแตกต่างของทรัพยากรที่ตนเองครอบครอง

การบริหารจัดการโอกาสธุรกิจเป็นการดำเนินการเพื่อให้วิสาหกิจบริหารจัดการทรัพยากรให้มีปริมาณและต้นทุนที่พอเพียงต่อการดำเนินการเพื่อการผลิตสินค้าหรือบริการ ทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขัน กับคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง ผลที่เกิดขึ้นย่อมมีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น

สมมติฐาน H3a: ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การบริหารจัดการโอกาสธุรกิจเป็นการดำเนินการเพื่อให้วิสาหกิจบริหารจัดการทรัพยากรให้มีปริมาณและต้นทุนที่พอเพียงต่อการดำเนินการเพื่อการผลิตสินค้าหรือบริการ ดังนั้นจึงมีส่วนผลักดันให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการจากเดิมไปสู่เป้าหมาย วิสัยทัศน์ หรือวัตถุประสงค์ใหม่ ผู้ประกอบการจะโน้มน้ำวบนับดาใจ กระตุ้น หรือจูงใจ ให้ผู้ตามในองค์กรคล้อยตามและทุ่มเทใจในการทำงานเพื่อเปลี่ยนแปลงวิสาหกิจ ดังนั้น

สมมติฐาน H3b: ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ H4 ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาวะผู้นำเป็นภาวะที่มีความสำคัญในมนทัศน์ภาวะผู้นำผู้ประกอบการ (Darling, et al., 2007; Gupta, MacMillan, and Surie, 2004; Kuratko and Hodgetts, 2007; Matzler, Schwarz, Deutinger, and Harms, 2008) เป็นภาวะที่มีความสำคัญในองค์กร ภาวะผู้นำทำหน้าที่ผลักดันและมีอิทธิพลต่อการกระทำของสมาชิกคนอื่นทั้งในเชิงบุคคลและในเชิงองค์กรรวม (Tarabishy, 2005) คุณลักษณะของภาวะผู้นำนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาอธิบายภาวะความเป็นผู้ประกอบการได้ นอกเหนือจากพฤติกรรมด้านอื่นๆของผู้ประกอบการ (Sandberg, 1992) ในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดเล็ก ภาวะผู้นำแบบทั้งแบบการแลกเปลี่ยน และแบบการเปลี่ยนแปลง มีความเหมาะสมกับองค์กรประเภทนี้ทั้งนี้เพราะการดำเนินการของวิสาหกิจในขนาดนี้ได้รับผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมอย่างรวดเร็ว จำเป็นที่จะต้องนำเอาคุณสมบัติของผู้นำที่สามารถ

มองเห็นและปรับตัวให้เข้ากับโอกาสทางธุรกิจ และสามารถที่จะนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่หรือที่สามารถรวบรวมได้มาใช้ดำเนินการในการทำธุรกิจ (Tarabishy, 2005) และทรัพยากรที่สำคัญที่สุดก็คือผู้ตามในองค์กรนั่นเอง ความเป็นผู้ประกอบการหรือภาวะผู้นำของวิสาหกิจได้รับการยืนยันว่าเป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนในการพัฒนาเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และในระดับท้องถิ่น (Schumpeter, 1934) และถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจที่ดำเนินกิจการภายใต้สภาวะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น สิ่งท้าทายพื้นฐานของผู้นำของวิสาหกิจคือความสามารถในการมองเห็นความเป็นไปได้ของอนาคตและความสามารถในการแปรเปลี่ยนจากสถานะภาพปัจจุบันโดยที่ไม่ทำให้เกิดการบริโภคทรัพยากรที่มีอย่างสิ้นเปลือง และไม่ทำให้สมาชิกในองค์กรหรือผู้ตามขาดความเชื่อมั่น รูปแบบของผู้นำที่แตกต่างกันอาจจะมีผลกระทบให้ประสิทธิผลและผลประกอบการขององค์กรนั้นแตกต่างกัน (Dubrin, 2001)

ภาวะผู้นำที่มีต่อผู้ตาม ในการบันทึลใจ การโน้มน้าวใจ และการจูงใจ จะทำให้องค์กรยกระดับการทำงานไปสู่จุดมุ่งหมายที่ต้องการ ผลที่เกิดขึ้นจากความรับผิดชอบในการทำงานดังกล่าวจะทำให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่วัตถุประสงค์เป้าหมายที่ต้องการ ดังนั้น

สมมติฐาน H4a: ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

4.3 สรุป

กรอบแนวคิดการวิจัยเป็นผลสรุปจากการนิรนัยความรู้เชิงทฤษฎีที่ผ่านการทบทวนวรรณกรรมผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวรรณกรรมภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดดังกล่าว สมมติฐานการวิจัยได้ตั้งข้อเสนอว่า ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทั้งทางตรงและหรือทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 5

ระเบียบวิธีวิจัย

บทนี้ได้นำเสนอระเบียบวิธีวิจัยที่จะใช้ในการพิสูจน์กรอบแนวคิดและทดสอบสมมติฐาน การวิจัยที่ได้นำเสนอไว้ในบทที่ 4 โดยในส่วนแรก เป็นการอธิบายถึงรูปแบบการวิจัย ส่วนที่ 2 คือ การระบุหน่วยวิเคราะห์ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ซึ่งในที่นี้หมายถึงตัวองค์การวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีคุณลักษณะตามที่ต้องการศึกษา ส่วนที่ 3 เป็นการนำเสนอรายละเอียดของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยที่ระบุไว้ในกรอบการวิจัย พร้อมคำนิยามความหมายของตัวแปร คำนิยามปฏิบัติการของตัวแปร และการสร้างมาตรวัดหรือแบบสอบถามเพื่อใช้ในการสำรวจเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 4 เป็นวิธีการเก็บข้อมูล ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง อธิบายถึงรายละเอียดของลักษณะของประชากรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในขอบเขตที่ต้องการศึกษา และเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จะได้รับการคัดเลือกเป็นตัวแทนของประชากร แบบสอบถาม ส่วนที่ 5 อธิบายวิธีการทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ประมวลผลข้อมูลเพื่อนำมาสรุปผลการวิจัยต่อไป

5.1 รูปแบบการวิจัย (Research Design)

รูปแบบการวิจัยที่นำมาใช้ในการศึกษาปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis Approach) เนื่องจากปัญหาการวิจัยนี้สามารถที่จะสืบค้นแนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมที่มีอยู่และจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จนสามารถกำหนดปัจจัยองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการและสร้างกรอบการวิจัยแสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลด้วยการนิรนัยจากทฤษฎีและผลการวิจัยที่ผ่านมา ปัจจัยองค์ประกอบหรือตัวสร้างได้มาจากผลการวิจัยหรืออ้างอิงมาจากทฤษฎี ซึ่งสามารถที่จะนำมาพัฒนาเป็นข้อคำถามที่มีนิยามความหมายและนิยามปฏิบัติการที่สอดคล้องกับทฤษฎีที่อ้างอิงได้ ข้อคำถามเหล่านี้สามารถสร้างความเข้าใจให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม สามารถนำไปทำการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายได้

การสำรวจข้อมูลจะถูกจัดเก็บจากกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้มาด้วยวิธีการสุ่มจากประชากรเป้าหมาย วิธีการเก็บข้อมูลกระทำโดยใช้แบบสอบถาม จึงเป็นข้อมูลแบบปฐมภูมิ การทำการสำรวจโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างนี้แม้ว่าจะมีข้อด้อยในเรื่องที่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูง แต่ก็มีข้อดีที่สามารถครอบคลุมกลุ่มประชากรเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง เกิดประสิทธิผลและทำให้ได้รับข้อมูลที่แม่นยำ (Kerlinger, 1986)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) เนื่องจากเป็นการศึกษาปรากฏการณ์ปัจจัยองค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการและผลการประกอบการที่ได้เกิดขึ้นไปแล้ว การวิจัยจึงได้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจแบบตัดขวาง (Cross-Sectional Survey) เพื่อจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจตัวอย่างที่ได้รับการสุ่มตัวอย่าง ข้อมูลตัดขวางที่จะทำการสำรวจเป็นข้อมูลพื้นฐานวิสาหกิจ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการและผลการประกอบการของวิสาหกิจซึ่งรวมถึงข้อมูลการดำเนินการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องในรอบปีการดำเนินการที่ผ่านมา

กลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจได้กำหนดขอบเขตว่าเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่คัดเลือกมาจากภาคการผลิตซึ่งมีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากภาคการผลิตนี้มีสัดส่วนมูลค่า GDP สูงรวมกันถึงร้อยละ 30 ของยอดรวมของ GDP ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเป็นภาคที่มีสัดส่วนการจ้างงานมากที่สุดถึงร้อยละ 40 ของจำนวนจ้างงานรวม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) นอกจากนี้วิสาหกิจจากภาคการผลิตยังมีความพร้อมของข้อมูลด้านการประกอบการที่มีความคลาดเคลื่อนน้อยกว่าภาคอื่นๆ ตัวองค์กรก็มีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มีความต่อเนื่องกว่าภาคอื่นๆ

5.2 หน่วยในการวิเคราะห์

จากกรอบการวิจัยที่ได้นำเสนอไว้ในบทที่ 4 นั้น หน่วยวิเคราะห์ของการวิจัย คือ ตัวกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ยังคงเปิดดำเนินกิจการอยู่ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ต้องการหาว่ามีปัจจัยจากภาวะผู้ประกอบการใดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประกอบการของวิสาหกิจอย่างไร ตัวกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะเป็นนิติบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลของตัวแปรที่ต้องการศึกษาซึ่งประกอบไปด้วย กลุ่มตัวแปรตามคือตัวแปรผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวแปรอิสระที่ประกอบด้วย ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ

วิสาหกิจที่สามารถนำมาศึกษาเป็นหน่วยวิเคราะห์ได้ต้องเป็นวิสาหกิจที่มีระยะเวลาการดำเนินงานเป็นระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งการกระทำใดๆของวิสาหกิจได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการ (Low and MacMillan, 1988) ผู้ที่ตอบแบบสอบถามคือตัวผู้ประกอบการหรือผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารระดับสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่รับผิดชอบงานแทนผู้ประกอบการ (Gartner, et al., 1994) เพื่อที่จะทำให้ได้รับข้อมูลทั้งจากมุมมองของผู้ประกอบการเองและจากมุมมองของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ทำการสำรวจ

5.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ปี 2550 ประเทศไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนประมาณ 2.37 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.6 ของจำนวนวิสาหกิจรวมของประเทศ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2550) อย่างไรก็ตามมีวิสาหกิจเพียง 561,457 รายคิดเป็นร้อยละ 23.7 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเท่านั้นที่จดทะเบียนนิติบุคคลกับกระทรวงพาณิชย์ กลุ่มวิสาหกิจเหล่านี้มีความเหมาะสมในการเป็นประชากรของกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการสำรวจข้อมูลของงานวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีสถานประกอบการที่แน่นอนสามารถติดต่อได้ จากการพิจารณาพบว่า ฐานข้อมูลของวิสาหกิจกลุ่มที่มีลักษณะดังกล่าวที่มีการประกอบกิจการอย่างต่อเนื่องสามารถติดตามการประกอบกิจการ ได้คือกลุ่มวิสาหกิจที่เป็นสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมซึ่งมีจำนวน 40,000 ราย ประกอบด้วยสมาชิกทุกประเภทอุตสาหกรรม และมีสถานประกอบการทั่วประเทศ ความเหมาะสมอีกประการหนึ่งของฐานข้อมูลกลุ่มนี้คือเป็นวิสาหกิจที่มีการประกอบการมาเป็นระยะเวลาพอสมควรมีข้อมูลผลการประกอบการที่น่าเชื่อถือ โดยพิจารณาความน่าเชื่อถือจากรายละเอียดคุณลักษณะของฐานข้อมูลสมาชิกของสภาอุตสาหกรรมที่มีรายละเอียดประเภทธุรกิจ ปีที่ก่อตั้ง จำนวนเงินลงทุน และจำนวนพนักงาน

การสุ่มตัวอย่าง ได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากสมาชิก 40,000 รายจากเอกสารทะเบียนสมาชิกสภาอุตสาหกรรมปี พ.ศ. 2551 โดยกระจายออกตามกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ 25 กลุ่มตามสัดส่วนจำนวนสมาชิกในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม เกณฑ์ในการสุ่มตัวอย่างคือสมาชิกที่มีทุนจดทะเบียนไม่เกิน 200 ล้านบาทหรือมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 30, 50, 200 คน สำหรับกิจการค้าปลีก ค้าส่ง และบริการหรือการผลิต ตามลำดับ ตามประกาศกระทรวงอุตสาหกรรมว่าด้วยเรื่องจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวร พ.ศ. 2545 นอกจากนั้นกลุ่มตัวอย่างจะต้องมีการจดทะเบียนและเปิดดำเนินการมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี กลุ่มตัวอย่างที่ถูกสุ่มตามเกณฑ์ดังกล่าวมีจำนวน 1,100 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จะทำการสำรวจข้อมูล

หลักการสุ่มตัวอย่างข้างต้นเป็นการ คัดเลือกแบบผสมผสานระหว่างการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับประเภทอุตสาหกรรม กับแบบอาศัยความน่าจะเป็นไปได้ (Probabilistic Sampling) สำหรับสมาชิกในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม ตามเกณฑ์การจำแนกวิชาธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ได้เฉพาะวิชาธุรกิจที่มีคุณสมบัติเหมาะสมสามารถให้ข้อมูลในการประกอบกิจการและ ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยภาวะผู้ประกอบการเท่านั้น เนื่องจากต้องการศึกษาหาความสัมพันธ์ของตัวแปร ที่ต้องการศึกษาจากวิชาธุรกิจอย่างถูกต้อง

5.4 ตัวแปร นิยามปฏิบัติการ และมาตรวัด

ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอ นิยามปฏิบัติการของตัวสร้าง (Constructs) ในการวิจัยครั้งนี้ ตัวสร้างทุกตัวซึ่งได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ การจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ล้วนแล้วแต่เป็นตัวสร้างประเภทตัวแปรแฝง (Latent Variables) ที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง (Hair, Black, Babin, Anderson, and Tatham, 2006) ตัวสร้างเหล่านี้จึงจำเป็นต้องมีตัวแปรสังเกต (Manifest Variables) ที่เป็นเสมือนตัวแทนที่ แสดงความเป็นตัวสร้าง เป็นตัวแปรที่สามารถหาคำตอบจากข้อคำถามในแบบสอบถาม (Hair, et al., 2006) ตัวแปรสังเกตเหล่านี้รวมกลุ่มกันเป็นปัจจัยตามแนวคิดทางทฤษฎีที่ได้ทบทวนวรรณกรรมมา ในบทที่ 3 และสรุปไว้ในบทที่ 4 นิยามปฏิบัติการของตัวแปรสังเกตส่วนมากจึงได้มาจากงานวิจัย เดิมและอีกส่วนหนึ่งถูกพัฒนาขึ้นมาจากแนวคิดตามทฤษฎีที่ได้มีการทบทวนมา (ดูตารางที่ 5.1)

5.4.1 ตัวสร้างผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหมายถึงผลการดำเนินการขั้นสุดท้าย (Ultimate Performance) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยมิติด้านการเงินและด้านอื่นๆที่ไม่ใช่ด้านการเงิน ตัวสร้างผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปรคือการเติบโต การทำกำไร และความอยู่รอด (Murphy, et al., 1996; Pasanen, 2003)

การเติบโต หมายถึงการขยายตัวจากการดำเนินงานของวิสาหกิจทั้งในด้านของรายได้และจำนวนสินค้าที่จำหน่าย จาก การเพิ่มขึ้นของยอดขาย (Sales Growth) การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด (Market Share Growth) การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) และการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (Employee Growth)

การทำกำไร หมายถึงผลตอบแทนการดำเนินการด้านการเงิน ประกอบด้วย กำไรต่อ ยอดขาย (Return on Sales) ผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment) กำไรขั้นต้นของกิจการ (Gross Profit) และกำไรสุทธิของกิจการ (Net profit)

ความอยู่รอด หมายถึงความสามารถของวิสาหกิจในการดำเนินกิจการได้ต่อไป แสดง ออกมาจากการวัดอัตราส่วนการเงิน Current ratio และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset)

5.4.2 ตัวสร้างภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ หมายถึงการที่ผู้ประกอบการและผู้ตามได้ร่วมกันยกระดับ ของแต่ละฝ่ายไปสู่จุดที่สูงขึ้นทั้งในด้านขวัญกำลังใจและแรงจูงใจ สามารถมองเห็นและปรับตัวให้ เข้ากับโอกาสทางธุรกิจ ตัวสร้างภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปร คือ การบันดาลใจ การจูงใจและการโน้มน้าว

การบันดาลใจ หมายถึงการที่ผู้นำทำหน้าที่ผลักดันให้ผู้ตามหรือผู้ทำหน้าที่ในวิสาหกิจรู้จัก และใช้ความสามารถของตนเอง จากการสร้างความคาดหวัง เป้าหมาย ตามความปรารถนาของ องค์กร (McClelland, 1985) โดยการบอกกล่าวสื่อสารถึงวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจ เพื่อให้ผู้ ตามเกิดการสร้างแนวคิดใหม่ในการทำงาน ทুমุ่การทำงานเกินกว่าบทบาทหน้าที่ที่ได้รับ มอบหมาย และกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน

การจูงใจ หมายถึงการที่ผู้นำจะทำให้ผู้ตามเกิดความมั่นใจในการทำงานในองค์กรทั้งจาก ตนเองและเพื่อนร่วมงานในการทำหน้าที่เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร (Yukl and Van Fleet, 1982) ให้การแนะนำวิธีการทำงานเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ ให้สิ่งอำนวยความสะดวก ในการปฏิบัติหน้าที่ที่เหมาะสม และส่งเสริมให้ร่วมกันทำงานเป็นทีม

การโน้มน้าว หมายถึงการที่ผู้นำได้สร้างบารมีต่อผู้ตามให้เกิดความรู้สึกศรัทธา เคารพ ไว้วางใจ ยอมรับต่อการนำและแนวความคิด ในการทำงานในสถานการณ์ต่างๆ (Burns, 1978) ผู้นำ ทำให้ผู้ตามเชื่อถือตนเป็นแบบอย่างในการทำงาน เกิดความมั่นใจ ยอมรับในวิสัยทัศน์และพร้อมที่ จะทำตาม

5.4.3 ตัวสร้างการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ

การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ หมายถึงการพิจารณาทางเลือกกลยุทธ์เพื่อการ เปลี่ยนแปลงตัวเองกิจการให้ออกไปจากจุดเดิมไปสู่วัตถุประสงค์ที่ต้องการ (Schendel and Hofer, 1979) ตัวสร้างการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปรคือ การกล้าเสี่ยง การนวัตกรรม และการรุกในธุรกิจ

การกล้าเสี่ยงหมายถึงความเต็มใจที่ผู้ประกอบการที่จะนำเอาทรัพยากรส่วนมากที่องค์กรมีอยู่ไปใช้ดำเนินการในโครงการที่มีต้นทุนความล้มเหลวสูง (Miller and Freisen, 1982) เพื่อหวังผลตอบแทนสูง กล้าในการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน กล้าเสี่ยงต่อแนวทางที่เพิ่มโอกาสให้กับธุรกิจ

การนวัตกรรมหมายถึงความเต็มใจที่จะสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำเสนอสินค้าบริการใหม่ ทำงานแบบใหม่ ให้กับวิสาหกิจเพื่อความสำเร็จ (Lumpkin and Dess, 2001) วิสาหกิจจะจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ เปลี่ยนแปลงสินค้าอย่างรวดเร็ว เป็นเจ้าแรกที่นำเสนอสินค้าใหม่ ใช้เทคนิคการผลิตใหม่

การรุกในธุรกิจหมายถึงการแสวงหาโอกาสด้วยการมองไปข้างหน้า (Penrose, 1963) เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจด้วยการคิดค้นนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ การคาดการณ์เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลงและกำหนดรูปแบบสภาพแวดล้อมใหม่ให้กับองค์กร (Lumpkin and Dess, 2001)

5.4.4 ตัวสร้างการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ

การรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการหมายถึงการใช้ความสามารถในการรับ แปลรูปข้อมูล เปลี่ยนแปลง จัดเก็บและนำกลับมาใช้ (Neisser, 1967) ในการรับรู้โอกาสธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งก่อนและหลังการตั้งวิสาหกิจ (Singh, 2000) ตัวสร้างการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปรคือ ความรู้ที่มี การเชื่อมโยงกับสังคม และประสบการณ์

ความรู้ที่มีหมายถึงความรู้ที่มีอยู่ก่อนซึ่งแตกต่างจากผู้อื่น (Shane, 2000) และเสริมเพิ่มเติมด้วยความรู้ใหม่ที่ทำให้เกิดการคาดการณ์ถึงโอกาสธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ (Kaish and Gilad, 1991)

การเชื่อมโยงกับสังคมหมายถึงการรับรู้ข้อมูลจากเครือข่ายสังคมที่รู้จักหรือมีความสัมพันธ์กัน (Hills, et al., 1997) และสามารถนำมาใช้เพื่อการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ

ประสบการณ์หมายถึงการมองเห็น โอกาสธุรกิจจากสิ่งที่ได้เคยกระทำมาก่อนในอดีต ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้ ผู้ผลิต หรือผู้ขาย (Shane, 2000)

5.4.5 ตัวสร้างการจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ

การจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ หมายถึงการทำให้โอกาสเป็นจริงได้โดยผสมผสานการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสม (Schumpeter, 1942) หรือจากที่สามารถหามาได้ (Stevenson and Jarillo, 1990) ทั้งนี้เพราะคุณค่าของทรัพยากรนั้น ผู้ประกอบการแต่ละคนต่างก็มี

มุมมองในคุณค่าของทรัพยากรที่ไม่เหมือนกัน (Shane and Venkataraman, 2000) ตัวสร้างการจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปรคือ การใช้ประโยชน์ทรัพยากร ความพร้อมทรัพยากร การปกป้องทรัพยากร และการลอกเลียนทรัพยากร

การใช้ประโยชน์ทรัพยากรหมายถึงความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่แตกต่างกว่าคู่แข่ง (Peteraf, 1993) โดยคำนึงถึงประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรในการผลิตสินค้า สามารถผลิตสินค้าใหม่จากทรัพยากรที่มีอยู่ก่อนผู้อื่น และมีความชำนาญพิเศษ

ความพร้อมของทรัพยากรหมายถึงความสามารถในการจัดหาทรัพยากรที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจได้อย่างเพียงพอเพื่อให้โอกาสธุรกิจประสบความสำเร็จ (Peteraf, 1993) ทรัพยากรที่จัดหาได้จะมีต้นทุนตามที่ต้องการ และมีความสามารถใช้อย่างมีประสิทธิภาพอื่นผลิตสินค้าได้

การปกป้องทรัพยากรหมายถึงการบริหารจัดการดูแลทรัพยากรให้เป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจ (Peteraf, 1993) คู่แข่งไม่สามารถหาทรัพยากรทดแทนจากที่อื่นมาผลิตสินค้าที่เหมือนกันได้ หรือทำให้คู่แข่งไม่มีความสามารถในการจัดหาทรัพยากรเพื่อนำมาใช้ในการผลิตหรือบริการแข่งขันกันได้

ตารางที่ 5.1 ตัวแปร นิยามความหมาย และมาตรวัด

| ตัวแปร | นิยามความหมาย | มาตรวัด |
|------------------------|---|--|
| ผลประกอบการของวิสาหกิจ | ผลการดำเนินการขั้นสุดท้าย (Ultimate Performance) ของวิสาหกิจ | |
| ขนาดกลางและขนาดย่อม | ขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ ประกอบด้วยมิติด้านการเงินและด้านอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน | |
| การเติบโต | การขยายตัวของการดำเนินงานของวิสาหกิจทั้งในด้านของรายได้ ส่วนแบ่งการตลาด จำนวนสินค้าที่จำหน่าย และจำนวนพนักงาน | <ul style="list-style-type: none"> - การเพิ่มขึ้นของรายได้ - การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด - การเติบโตของยอดขาย - การเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน |
| การทำกำไร | ผลการดำเนินการทางการเงินเพื่อแสดงถึงผลตอบแทนที่มากกว่าต้นทุนที่ใช้ไป | <ul style="list-style-type: none"> - การทำกำไรของบริษัท - ผลตอบแทนการลงทุน - กำไรขั้นต้นของกิจการ - กำไรสุทธิของกิจการ - ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ |
| ความอยู่รอด | ความสามารถของวิสาหกิจในการดำเนินกิจการได้ต่อไป | <ul style="list-style-type: none"> - อัตราส่วน Current Ratio |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

| ตัวแปร | นิยามความหมาย | มาตรวัด |
|----------------------------|--|---|
| ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ | การที่ผู้ประกอบการและผู้ตามได้ร่วมกันยกระดับของแต่ละฝ่ายไปสู่จุดที่สูงขึ้นทั้งในด้านขวัญกำลังใจและแรงจูงใจ สามารถมองเห็นและปรับตัวให้เข้ากับโอกาสทางธุรกิจ | |
| การบันดลใจ | การที่ผู้นำทำหน้าที่ผลักดันให้ผู้ตามหรือผู้ทำหน้าที่ในวิสาหกิจรู้จักและใช้ความสามารถของตนเอง จากการสร้างความคาดหวังเป้าหมาย ตามความปรารถนาขององค์กร | <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานมักจะนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ ในการทำงานให้ท่านเป็นผู้ตัดสินใจ - พนักงานได้ปฏิบัติหน้าที่เกินกว่างานที่ท่านได้มอบหมายอยู่เป็นประจำ - ท่านและพนักงานได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน |
| การโน้มน้าว | การที่ผู้นำได้สร้างบารมีต่อผู้ตามให้เกิดความรู้สึกศรัทธา เคารพไว้วางใจ ยอมรับต่อการนำและแนวความคิด ในการทำงานในสถานการณ์ต่างๆ | <ul style="list-style-type: none"> - พนักงานมีความมั่นใจในการทำงานให้กับบริษัทเสมอ - พนักงานยึดถือเอาตัวท่านเป็นแบบอย่างในการทำงาน - วิสัยทัศน์ธุรกิจของท่านได้รับการยอมรับหรือเห็นด้วยจากผู้ร่วมงาน |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

| ตัวแปร | นิยามความหมาย | มาตรวัด |
|---|--|--|
| การจูงใจ | การทำให้ผู้ตามเกิดความมั่นใจในการทำงานในองค์กรทั้งจากตนเองและเพื่อนร่วมงานเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร | <ul style="list-style-type: none"> - การร่วมมือกันทำงานเป็นทีมของพนักงานนั้นมาจากการสั่งการของท่าน - พนักงานได้รับการสื่อสารบอกกล่าวจากท่านถึงวัตถุประสงค์ของบริษัทจนเป็นที่เข้าใจเสมอ - พนักงานได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจนสามารถทำงานได้ตามที่มอบหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ - ท่านได้แนะนำวิธีการทำงานให้กับพนักงานจนงานนั้นประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย |
| การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ | การตัดสินใจเพื่อดำเนินการ โดยใช้ความเป็นเหตุเป็นผล จกฉวยโอกาส และเลือกทางเลือกที่เหมาะสม ทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร | |
| การกล้าเสี่ยง | ความเต็มใจที่ผู้ประกอบการที่จะนำเอาทรัพยากรส่วนมากที่องค์กรมีอยู่ไปใช้ดำเนินการ โครงการที่มีต้นทุนในความล้มเหลวสูง | <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทจะแสดงออกอย่างกล้า และใช้แนวทางเชิงรุก เพื่อเพิ่มโอกาสสูงสุดจากการใช้โอกาสที่มีอยู่ |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

| ตัวแปร | นิยามความหมาย | มาตรวัด |
|----------------|--|---|
| การนวัตกรรม | ความเต็มใจที่จะสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำเสนอสินค้าบริการใหม่ ทำงานแบบใหม่ ให้กับวิสาหกิจเพื่อความสำเร็จ | <ul style="list-style-type: none"> - เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ บริษัทกล้าที่จะดำเนินการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน - บริษัทมักจะชอบเลือกทำในสิ่งที่เสี่ยง เพื่อหวังทำกำไรสูงๆ - ใน 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการใหม่เป็นจำนวนมาก - การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว - โดยส่วนมากแล้ว บริษัทจะเป็นเจ้าแรกที่นำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ หรือใช้เทคนิควิธีการผลิตใหม่ หรือใช้การบริหารจัดการใหม่ - บริษัทมักเลือกใช้วิธีการที่ทำให้คู่แข่งไม่สามารถมาทำการแข่งขันได้อีก |
| การรุกในธุรกิจ | การแสวงหาโอกาสด้วยการมองไปข้างหน้า | <ul style="list-style-type: none"> - โดยทั่วไปบริษัทจะเริ่มสิ่งใหม่ที่ทำให้คู่แข่งเป็นผู้ตอบโต้ |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

| ตัวแปร | นิยามความหมาย | มาตรวัด |
|---|--|--|
| การรับรู้โอกาสธุรกิจอย่าง ผู้ประกอบการ | การใช้ความสามารถในการรับ แปรรูปข้อมูล เปลี่ยนแปลง จัดเก็บ และนำกลับมาใช้ในการรับรู้โอกาสธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นได้ทั้งก่อน และหลังการตั้งวิสาหกิจ | <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อ การทำการ วิจัยและพัฒนา การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และการสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ |
| ความรู้ที่มี | ความรู้ที่มีอยู่ก่อนซึ่งแตกต่างจากผู้อื่นและเสริมเพิ่มเติมด้วยความรู้ ใหม่ที่ทำให้เกิดการคาดการณ์ถึงโอกาสธุรกิจที่มีความเป็นไปได้ | <ul style="list-style-type: none"> - ท่านเป็นบุคคลที่มีความตื่นตัวหรือมีประสาท สัมผัสพิเศษต่อโอกาสธุรกิจใหม่ๆ - ท่านจัดได้ว่าเป็นนักฉวยโอกาสทันทีเมื่อมี โอกาสทางธุรกิจผ่านเข้ามา - ท่านมองเห็นโอกาสธุรกิจใหม่ๆ ในระหว่าง การทำงานประจำวันจากความรู้ที่มีภายในตัว ของท่าน - เมื่อท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ท่านมักจะเห็น โอกาสทางธุรกิจที่แตกต่างออกไปจากเดิมเสมอ |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

| ตัวแปร | นิยามความหมาย | มาตรวัด |
|----------------------|---|--|
| การเชื่อมโยงกับสังคม | การรับรู้ข้อมูลจากเครือข่ายสังคมที่รู้จักหรือมีความสัมพันธ์กัน | <ul style="list-style-type: none"> - โอกาสทางธุรกิจที่ท่านค้นพบ เกิดมาจาก ความรู้ด้านการตลาด ด้านการผลิต และความเข้าใจต่อปัญหาของลูกค้า - การรับรู้โอกาสทางธุรกิจมักได้มาจากการ เข้าร่วมประชุมสัมมนา จาก เพื่อน ครอบครัว และ จากซัพพลายเออร์ - แนวคิดของธุรกิจเป็นเรื่องที่อุบัติขึ้นโดย บังเอิญ เป็นสิ่งที่ทำให้มองเห็นแนวทางในการทำธุรกิจใหม่ - การพบปะสนทนากับผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านได้เห็น โอกาสทางธุรกิจ |
| ประสบการณ์ | การมองเห็น โอกาสธุรกิจจากสิ่งที่ได้เคยกระทำมาก่อนในอดีต ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้ ผู้ผลิต หรือผู้ขาย | <ul style="list-style-type: none"> - โอกาสของธุรกิจใหม่เกิดขึ้นเมื่อได้เข้ามาสู่ธุรกิจของสินค้านั้นแล้ว - โอกาสทางธุรกิจที่รับรู้ ในช่วงเวลาที่ผ่านมามีความแตกต่างไปจากสิ่งที่ท่านได้เคยคิดเอาไว้แต่แรก |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

| ตัวแปร | นิยามความหมาย | มาตรวัด |
|---|--|--|
| การบริหารจัดการโอกาส ธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ การใช้ประโยชน์ทรัพยากร | การทำให้โอกาสเป็นจริงได้โดยผสมผสานการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ให้เหมาะสม หรือจากที่สามารถหามาได้ ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่แตกต่างกว่าคู่แข่ง | <ul style="list-style-type: none"> - บริษัทของท่านมักจะปรับตัวในการผลิตสินค้าใหม่หรือการดำเนินธุรกิจจากทรัพยากรที่มีอยู่ได้ก่อนองค์กรอื่นเสมอ - ท่านสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่างออกไปจากเดิมได้ - บริษัทของท่านมีอุปกรณ์หรือความชำนาญพิเศษเฉพาะตัว ที่บริษัทอื่นไม่มีในการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน - ทรัพยากรที่ท่านมีสามารถนำมาสร้างความแตกต่างให้สินค้าของท่านได้ - ถ้าบริษัทอื่นต้องการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือ ใช้วัตถุดิบ ให้เหมือนกับบริษัทของท่านจะต้องลงทุนปรับปรุงบริษัทเพิ่มเติม |

ตารางที่ 5.1 (ต่อ)

| ตัวแปร | นิยามความหมาย | มาตรวัด |
|----------------------|---|---|
| ความพร้อมของทรัพยากร | ความสามารถในการจัดหาทรัพยากรที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจได้อย่างเพียงพอเพื่อให้โอกาสธุรกิจประสบความสำเร็จ | <ul style="list-style-type: none"> - ท่านสามารถจัดหาทรัพยากรที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจ ได้เพียงพอ - ทรัพยากรที่จัดหาได้ส่วนมากแล้วมีต้นทุนที่เหมาะสมตามที่ต้องการ - บริษัทของท่านสามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการได้จากทรัพยากรที่มี |
| การปกป้องทรัพยากร | การบริหารจัดการดูแลทรัพยากรให้เป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจ | <ul style="list-style-type: none"> - คู่แข่งสามารถใช้ทรัพยากรที่แตกต่างผลิตสินค้าได้เหมือนกับของท่าน - คู่แข่งมีความสามารถในการแย่งจัดหาทรัพยากรเพื่อนำมาใช้ในการทำผลิตหรืองานบริการแข่งกับบริษัทของท่านได้ |
| การลอกเลียนแบบ | การบริหารจัดการทรัพยากรไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบการผลิต | <ul style="list-style-type: none"> - การลอกเลียนแบบวิธีการผลิต การจัดหาอุปกรณ์ วัตถุดิบหรือการจัดหาบุคลากรในการทำธุรกิจเช่นเดียวกันกับบริษัทของท่านกระทำได้ง่าย |

การลอกเลียนแบบหมายถึงการบริหารจัดการทรัพยากรไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบการผลิต (Peteraf, 1993) คู่แข่งจะต้องเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือการเปลี่ยนไปใช้วัตถุดิบให้เหมือนกัน จะต้องลงทุนเพิ่มเติม

5.5 แบบสอบถาม

แบบสอบถามถูกใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิจัย การสร้างแบบสอบถามได้ยึดแนวทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวกับภาวะผู้ประกอบการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมา มาตรวัดที่ใช้ในแบบสอบถามส่วนหนึ่งจะเป็นมาตรวัดของตัวแปรที่ได้นำมาจากวิจัยอื่นและอีกส่วนหนึ่งเป็นมาตรวัดที่จัดทำขึ้นใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทของงานวิจัยในครั้งนี้ อย่างไรก็ตามมาตรวัดของตัวแปรทุกตัวถูกพัฒนาขึ้นมาจากรอบของทฤษฎีที่ได้นำเสนอไว้ในการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 3 และบทที่ 4 ที่ผ่านมา เป็นการนำเอาตัวแปร (Variables) ต่าง ๆ ของมโนทัศน์ตัวสร้าง (Constructs) ที่ได้มีการอธิบายเอาไว้มาสร้างเป็นมาตรวัด

แบบสอบถามที่ใช้เป็นแบบสอบถามในการสำรวจทางไปรษณีย์มีจำนวนทั้งสิ้น 10 หน้า ซึ่งในจำนวนนี้มี 3 หน้าที่เป็นหน้าปกและข้อแนะนำ ส่วนอีก 7 หน้าเป็นข้อคำถามแบ่งออกเป็น 9 ส่วนประกอบด้วย ส่วนแรกเป็นข้อคำถามเพื่อสำรวจข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจ ส่วนที่สองเป็นข้อคำถามเพื่อสำรวจโครงสร้างการบริหารงาน ส่วนที่สามเป็นข้อคำถามเพื่อสำรวจคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่สี่คือข้อคำถามเพื่อสำรวจผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนที่ห้าคือข้อคำถามเพื่อสำรวจบทบาทภาวะผู้นำ ส่วนที่หกคือข้อคำถามเพื่อสำรวจการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ ส่วนที่เจ็ดคือข้อคำถามเพื่อสำรวจการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจ ส่วนที่แปดคือข้อคำถามเพื่อสำรวจการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ และส่วนที่เก้าคือการสำรวจความเห็นที่ผู้ประกอบการควรทำหน้าที่อะไรเพื่อให้วิสาหกิจมีผลประกอบการที่ดีขึ้น แบบสอบถามนี้มีคำถามเชิงอัตนัยเพียง 5 คำถามและอีก 61 คำถามเป็นคำถามเชิงปรนัย คำถามในส่วนที่สองและสาม เป็นคำถามที่กำหนดให้เลือกคำตอบ ส่วนข้อคำถามในส่วนที่ สี่ถึงแปด เป็นข้อคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบลิเกิร์ต 7 ตำแหน่ง (7-Point Likert Scale) คำถามในส่วนที่เก้า เป็นคำถามแบบอัตนัยที่มีวัตถุประสงค์ต้องการสำรวจความเห็นปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่นอกเหนือไปจากข้อคำถามที่ทำการสำรวจในข้ออื่นๆ ตัวอย่างของแบบสอบถามทั้งหมดได้แนบไว้ในภาคผนวกที่ 1 เพื่อเป็นการอ้างอิง

ภายหลังจากที่ได้จัดทำต้นร่างแบบสอบถามเสร็จแล้ว แบบสอบถามได้ถูกส่งไปยังกลุ่มนักวิชาการ ที่ปรึกษาและผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรวมจำนวน 10 รายเพื่อ

ทดสอบความเข้าใจต่อข้อคำถามเพื่อทดสอบความแม่นยำตรงตามเนื้อหา (สุจิตรา นุณยรัตพันธุ์, 2546) ความเห็นที่ได้รับมา ได้นำกลับมาทำการปรับปรุงแบบสอบถามฉบับสุดท้ายให้มีความชัดเจน เพื่อให้เกิดความมั่นใจต่อคำตอบที่ได้รับ

คำถาม ส่วนที่ 1, 2 และ 3 ข้อที่ 1 – ข้อที่ 15 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป โครงสร้างการบริหาร และคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลกลุ่มนี้พัฒนาจากแบบสอบถามการศึกษาภาวะผู้ประกอบการในงานวิจัยอื่น (Pasanen, 2003; Yang, 2006)

คำถามส่วนที่ 4 ข้อที่ 16 – ข้อที่ 25 เป็นคำถามเกี่ยวกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เกิดจากผลของภาวะผู้ประกอบการ (Murphy, et al., 1996) เป็นคำถามที่ได้รับการดัดแปลงให้แสดงผลประกอบการที่มีการเปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมาเพื่อความสะดวกในการตอบ

คำถามส่วนที่ 5 ข้อที่ 26 – ข้อที่ 35 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ เป็นคำถามที่ดัดแปลงจากงานวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำที่ส่งผลต่อผลการประกอบการ (Gupta, MacMillan, and Surie, 2004; Pichate Srisilpsophon, 1999) และส่วนหนึ่งมาจากทฤษฎีภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง (Bass, 1985)

คำถามส่วนที่ 6 ข้อที่ 36 – ข้อที่ 44 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ เป็นคำถามที่นำมาจากงานวิจัยเดิมเกี่ยวกับการเลือกทิศทางของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) หรือการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ (Covin and Slevin, 1989; Miller, 1983; Miller and Friesen, 1982)

คำถามส่วนที่ 7 ข้อที่ 45 – ข้อที่ 55 เป็นคำถามเกี่ยวกับการจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ เป็นคำถามที่พัฒนามาจากทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร (Barney, 1991; Peteraf, 1993) และงานวิจัยทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้ประกอบการ (Alvarez and Busenitz, 2001)

คำถามส่วนที่ 8 ข้อที่ 56 – ข้อที่ 65 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ เป็นคำถามที่พัฒนามาจากการศึกษาเรื่องการรับรู้โอกาสในภาวะผู้ประกอบการตามแนวทางทฤษฎีด้านการรู้คิด (Hills, et al., 1997; Singh, 2000)

5.6 วิธีการทางสถิติ

จากการที่กรอบแนวคิดการวิจัย (ดูภาพที่ 4.1) ประกอบด้วยตัวแปรอิสระหลายตัวที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันและมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามไปพร้อมๆกัน อีกประการหนึ่งตัวแปร

ทุกตัวทั้งที่เป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตามเป็นตัวแปรเชิงมโนทัศน์ที่สามารถสังเกตได้ด้วยตัวแปรวัดหรือตัวแปรสังเกตจำนวนหนึ่ง ดังนั้นวิธีการทางสถิติที่เหมาะสมกับกรอบแนวคิดการวิจัยคือการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling)

กรอบแนวคิดการวิจัย แสดงให้เห็นตัวแบบโครงสร้าง (Structural Model) ที่ตัวแปรตามผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นได้รับอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมมาจากตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัวแปร ประกอบด้วยตัวแปรภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ตัวแปรการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ตัวแปรการรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ และตัวแปรการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ และเนื่องจากตัวแปรทั้งหมดเป็นตัวแปรแฝง (Latent Variables) หรือเป็นตัวแปรที่ไม่สามารถสังเกตหรือวัดได้โดยตัวแปรแฝงเหล่านี้มีความเป็นนามธรรมและมีความซับซ้อนไม่สามารถเก็บข้อมูลด้วยข้อคำถามในการสำรวจเพียงคำถามเดียว แต่จำเป็นต้องมีตัวแบบการวัด (Measurement Model) ที่ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต (Manifest Variables) หลายๆตัวที่เป็นตัวแปรที่สามารถสังเกตและเก็บข้อมูลได้จำนวนละ 3-4 ตัวแปรสังเกตต่อตัวแปรแฝง

โปรแกรมตัวแบบโครงสร้างสมการที่ใช้คือโปรแกรมสำเร็จรูป AMOS (Analysis of Moment Structure) Version 7 ที่สร้างตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยรูปแบบกราฟฟิคที่ทำการวิเคราะห์และประเมินค่าความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวแปร พร้อมๆกับการประเมินค่าตัวแปรสังเกตของแต่ละตัวแปรแฝง

5.7 สรุป

รูปแบบการวิจัยที่เห็นว่าเหมาะสมกับการวิจัย เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง (Non-Experimental Design) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจแบบตัดขวาง (Cross-Sectional Survey) เพื่อจัดเก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจตัวอย่าง หน่วยวิเคราะห์ของการวิจัย คือ ตัวกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อศึกษาว่าปัจจัยจากภาวะผู้ประกอบการมีส่วนเกี่ยวข้องกับผลประกอบการของวิสาหกิจอย่างไร นิยามปฏิบัติการของตัวสร้างทุกตัวซึ่งได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ การจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ และผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นตัวสร้างประเภทตัวแปรแฝง (Latent Variables) แต่สามารถสังเกตได้จากตัวแปรสังเกต (Manifest Variables) ที่เป็นเสมือนตัวแทนที่แสดงความเป็นตัวสร้าง การสุ่มตัวอย่างจากวิสาหกิจจำนวน 40,000 รายจากสมาชิกสภาอุตสาหกรรมปี พ.ศ. 2551 โดยกระจายออกตามกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทตามเกณฑ์จำแนกประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แบบสอบถาม

เป็นข้อคำถามที่พัฒนามาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสำรวจข้อมูลทั่วไป โครงสร้างการบริหารงาน คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม บทบาทภาวะผู้นำ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจ และการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ คำถามเป็นข้อคำถามที่ใช้มาตรวัดแบบลิเกิร์ต 7 ตำแหน่ง (7-Point Likert Scale) และวิธีการทางสถิติที่เหมาะสมกับกรอบแนวคิดการวิจัยคือตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling)

บทที่ 6

การวิเคราะห์และผลการวิเคราะห์

บทนี้ได้นำเสนอรายละเอียดการวิเคราะห์และผลการทดสอบเชิงประจักษ์เพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องของกรอบแนวคิด สมมติฐาน มโนทัศน์ของตัวสร้างและตัวแปรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับประเด็นปัญหาภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ขั้นตอนการวิเคราะห์จะเริ่มจากการอธิบายถึงความเหมาะสมของข้อมูล แหล่งที่มา ขนาด และวิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพื่อมาทำการวิเคราะห์ ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมได้จะถูกนำมาอธิบายถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูลเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจต่อบริบทของข้อมูลที่นำไปวิเคราะห์ ประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจ รูปแบบการบริหาร คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลประกอบการ บทบาทภาวะผู้นำ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การบริหารโอกาสทางธุรกิจ และการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ส่วนสำคัญที่สุดของบทคือการวิเคราะห์ข้อมูล นอกจากนี้ขั้นตอนการตรวจสอบข้อมูลเพื่อความถูกต้องต่อการวิเคราะห์แล้ว จะมีขั้นตอนสำคัญ 2 ขั้นตอนคือการทดสอบตัวแบบการวัด ซึ่งหมายถึงการตรวจสอบความถูกต้องและสอดคล้อง (Fit) ของมาตรวัดของตัวแปรต่างๆที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย และการทดสอบตัวแบบสมการ โครงสร้าง เพื่อเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆตามข้อสมมติฐาน

6.1 ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจตัวอย่างและผู้ตอบแบบสอบถาม

ในกรอบแนวคิดการวิจัยองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ที่มีผลต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วยตัวแปรที่เป็นตัวสร้างแฝง (Latent Constructs) จำนวน 4 ตัว ได้แก่ ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และเมื่อรวมกับตัวสร้างผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Performance) แล้ว ตัวสร้างจะมีจำนวน 5 ตัวสร้างแฝงโดยที่แต่ละตัวสร้างแฝงมีตัวแปรสังเกต (Manifest Variables) มากกว่าหรือเท่ากับ 3 ตัวแปร ซึ่งเป็นจำนวนตัวอย่างที่นำมาใช้คำนวณกับโปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) ได้อย่างน่าเชื่อถืออยู่ระหว่าง

100–150 ตัวอย่างหรือมากกว่า (Hair, et al., 2006) โดยที่ตัวแปรสังเกตจะต้องมีค่า Multicollinearity มากกว่า 0.5 การทบทวนเกณฑ์เหล่านี้ได้แสดงไว้ในบทนี้ในส่วนต่อไป

แบบสอบถามจะถูกส่งทางไปรษณีย์ไปให้กลุ่มวิสาหกิจจำนวน 1,100 รายที่ได้ถูกสุ่มเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อทำการสำรวจ เอกสารแบบสอบถามจะระบุถึงกรรมการผู้จัดการซึ่งมีความหมายถึงผู้ที่มีอำนาจสูงสุดของวิสาหกิจนั้น ซึ่งส่วนมากจะเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนธุรกิจ แบบสอบถามจะมีหนังสือแนะนำวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และผู้ทำการวิจัย พร้อมทั้งได้คิดแถมปี ระบุที่อยู่เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามส่งผลการสำรวจกลับมาให้ผู้วิจัย เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถระบุได้ว่าต้องการรายงานสรุปการวิจัยในครั้งนี้เพื่อที่จะนำเอาผลสรุปไปใช้ประโยชน์ต่อไปได้ หลังจากที่ส่งไปรษณีย์ไปได้ประมาณ 4 สัปดาห์ ได้ทำการติดตามทางอีเมลล์และโทรศัพท์ไปติดตาม ผลการตอบรับอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำเนื่องจากคำถามการวิจัยเกี่ยวข้องกับผลประกอบการที่ต้องทำการค้นคว้าข้อมูล และคำถามส่วนอื่นต้องใช้เวลาพิจารณาในการตอบกลับมา แบบสอบถามถูกส่งกลับโดยไม่ถึงผู้รับประมาณ 100 รายเนื่องจากไม่มีผู้รับหรือที่อยู่ไม่ถูกต้อง และคำตอบของแบบสอบถามที่ได้รับกลับมามีจำนวน 145 รายคิดเป็นร้อยละ 14.5 อัตราการตอบกลับแบบสอบถามถือได้ว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่แตกต่างไปจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการต่างๆ ไป (Singh, 2000) ซึ่งได้รับแบบสอบถามคืน ร้อยละ 12.3 (Chaganti and Parasuraman, 1996), ร้อยละ 19 (Chandler and Hanks, 1994), ร้อยละ 18.4 (Fabowale, Orser, and Riding, 1995) และร้อยละ 15 (Hills, et al., 1997) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามเมื่อทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาแล้วมีเพียง 125 ฉบับเท่านั้นที่สามารถใช้ในการวิจัยได้ แบบสอบถามอีกจำนวน 20 ฉบับนั้นมีรายละเอียดไม่เพียงพอ หรือปฏิเสธที่จะให้ข้อมูลด้านผลประกอบการอย่างครบถ้วน จึงไม่สามารถนำมาใช้ในขั้นตอนการวิเคราะห์ต่อไปได้ อย่างไรก็ตามข้อมูลจำนวน 125 ฉบับนี้ได้รับการตรวจสอบสถิติพรรณนาพบว่า การกระจายตัวของข้อมูลไม่มีลักษณะการเอนเอียง (Bias) แต่อย่างไรก็ตามแสดงว่าลักษณะข้อมูลพื้นฐานไม่น่าจะทำให้การวิเคราะห์ทางสถิติคลาดเคลื่อนไป

6.1.1 ลักษณะพื้นฐานของวิสาหกิจตัวอย่าง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตัวอย่างมีลักษณะที่สำคัญขององค์การหลายด้านที่เป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจต่อการศึกษาปัจจัยขององค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ข้อมูลที่สำคัญประกอบด้วยระยะเวลาที่วิสาหกิจดำเนินธุรกิจ การเติบโตของสินทรัพย์ถาวร การเปลี่ยนแปลงของจำนวนพนักงาน และประเภทของธุรกิจ ตารางที่ 6.1 สรุปค่าสถิติข้อมูลพื้นฐาน

6.1.1.1 จำนวนปีที่ดำเนินธุรกิจ วิสาหกิจตัวอย่าง 125 ราย เกือบทั้งหมดไม่ใช่ธุรกิจใหม่ โดยมีระยะเวลาที่เปิดดำเนินการมาน้อยที่สุด 1 ปี และมากที่สุด 80 ปี มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่

20.14 ปี และร้อยละ 80 ของวิสาหกิจเปิดดำเนินการมากกว่า 10 ปี จากการที่วิสาหกิจตัวอย่างมีระยะเวลาดำเนินธุรกิจมาเป็นเวลานาน การบริหารจัดการของวิสาหกิจจึงเป็นเกิดมาจากการดำเนินการของผู้ประกอบการหรือจากทีมงานบริหาร (คู่มือข้อเรื่อง ผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจทางธุรกิจ) ผลประกอบการของวิสาหกิจจึงเป็นผลที่มาจากกระทำของภาวะผู้ประกอบการ

6.1.1.2 มูลค่าสินทรัพย์ถาวร วิสาหกิจตัวอย่างมีสินทรัพย์ถาวรเริ่มต้นตามเกณฑ์ที่กำหนดประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างไรก็ตามปัจจุบันวิสาหกิจตัวอย่างมีสินทรัพย์ถาวรเพิ่มขึ้น เฉลี่ยที่ 164.39 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเติบโตในการดำเนินธุรกิจ ในจำนวนนี้วิสาหกิจร้อยละ 30 มีสินทรัพย์ถาวรมากกว่า 100 ล้านบาท และวิสาหกิจร้อยละ 42 มีสินทรัพย์ถาวรระหว่าง 10 กับ 100 ล้านบาท

6.1.1.3 จำนวนพนักงาน วิสาหกิจตัวอย่างมีจำนวนพนักงานเริ่มต้นตามเกณฑ์ที่ใช้กำหนดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจำนวนพนักงานในตอนเริ่มกิจการเฉลี่ยที่ 46.25 คน และปัจจุบันมีพนักงานเฉลี่ยเพิ่มขึ้นอยู่ที่ 116.97 คน ในตอนตั้งกิจการมีวิสาหกิจที่มีพนักงานน้อยกว่า 10 คนถึงร้อยละ 44 แต่ปัจจุบันมีวิสาหกิจที่มีพนักงานน้อยกว่า 10 คนเพียงร้อยละ 9 และจำนวนวิสาหกิจที่มีพนักงานมากกว่า 50 คนเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 40 แสดงว่าวิสาหกิจตัวอย่างมีการเติบโตด้านจำนวนพนักงาน

6.1.1.4 ประเภทธุรกิจ วิสาหกิจตัวอย่างดำเนินธุรกิจกระจายตัวตาม 4 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่กลุ่มอุตสาหกรรมเคมี จำนวน 19 รายคิดเป็นร้อยละ 15 กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเกษตร จำนวน 11 รายคิดเป็นร้อยละ 9 กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและอะไหล่ จำนวน 46 รายคิดเป็นร้อยละ 37 กลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้างและที่อยู่อาศัย จำนวน 29 รายคิดเป็นร้อยละ 23.2 และกลุ่มอื่นๆจำนวน 20 รายคิดเป็นร้อยละ 16 วิสาหกิจตัวอย่างไม่ได้กระจุกตัวอยู่ที่อุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่งแต่มีความหลากหลายของประเภทธุรกิจ

6.1.2 รูปแบบการบริหารงานของวิสาหกิจตัวอย่าง

การสำรวจรายละเอียดการบริหารงานของวิสาหกิจตัวอย่าง เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกัน ทั้งในรูปแบบโครงสร้างองค์กร อำนาจหน้าที่ในการตัดสินใจและบทบาทหน้าที่ของเจ้าของ ตารางที่ 6.2 สรุปข้อมูลโครงสร้างการบริหารองค์กร

6.1.2.1 โครงสร้างองค์กร วิสาหกิจตัวอย่างมีโครงสร้างการบริหารองค์กรที่มีหน่วยงานหลักเหมือนกับวิสาหกิจทั่วไปคือส่วนมาก มีฝ่ายผลิต (ร้อยละ 81.6) ฝ่ายการตลาดและการขาย (ร้อยละ 92.8) ฝ่ายบัญชีและการเงิน (ร้อยละ 92.0) และฝ่ายบุคคล (ร้อยละ 74.4) แต่มี

วิสาหกิจเพียงร้อยละ 37.6 เท่านั้นที่มีฝ่ายวิจัยและพัฒนา แสดงว่าวิสาหกิจส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการวิจัยพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่น้อยกว่าหน้าที่ธุรกิจอื่นๆ

6.1.2.2 ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ วิสาหกิจตัวอย่างระบุว่าผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในการบริหาร คือ เจ้าของคนเดียว (ร้อยละ 61.6) การตัดสินใจร่วมระหว่างเจ้าของและผู้บริหาร หรือเป็นบุคคลอื่น (ร้อยละ 28.0) เป็นการแสดงให้เห็นว่าส่วนมากแล้วในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจคือตัวผู้ประกอบการไม่ว่าจะด้วยตนเองหรือร่วมกับผู้อื่น (ร้อยละ 89.6) เป็นการแสดงให้เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการมีบทบาทที่สำคัญต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6.1.2.3 บทบาทหน้าที่ของเจ้าของ ผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างทำหน้าที่หลัก คือ การวางแผน (ร้อยละ 81.6) การบริหารการเงิน (ร้อยละ 76.8) การตลาดและการขาย (ร้อยละ 63.2) การจัดซื้อ (ร้อยละ 45.6) โดยมีส่วนเกี่ยวข้องกับงานด้านการผลิตไม่มากนัก (ร้อยละ 39.2) แสดงให้เห็นว่าบทบาทของผู้ประกอบการมุ่งไปที่การสร้างรายได้ และการควบคุมด้านการเงินขององค์กรมากกว่าการผลิตสินค้าหรือบริการ

6.1.3 คุณลักษณะของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

คุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามจากวิสาหกิจตัวอย่างได้แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบเป็นผู้มีหน้าที่หลักที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจตัวอย่าง โดยตรวจสอบ เพศ สถานะหรือหน้าที่ อายุ การศึกษา จำนวนปีที่ทำงานมาในองค์กรนี้ ตารางที่ 6.3 แสดงข้อมูลคุณลักษณะผู้ที่ตอบแบบสอบถาม

6.1.3.1 เพศ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 63.2 เป็นเพศชาย และร้อยละ 36.0 เป็นเพศหญิง แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการหรือผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากกว่า 1 ใน 3 เล็กน้อยเป็นเพศหญิง ผู้ชายยังคงมีสัดส่วนในการเป็นผู้ประกอบการและเป็นผู้นำขององค์กร

6.1.3.2 สถานะหรือหน้าที่ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 42.4 เป็นเจ้าของและทำหน้าที่ผู้บริหารด้วย ผู้ที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 44.8 ทำหน้าที่บริหารงาน ซึ่งหมายความว่าผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 87.2 เป็นผู้ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6.1.3.3 อายุ ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ย 44 ปี โดยร้อยละ 32.8 มีอายุระหว่าง 40 ถึง 50 ปี ถัดมา ร้อยละ 29.6 มีอายุระหว่าง 30 ถึง 40 ปี และ ร้อยละ 24.0 มีอายุระหว่าง 50 ถึง 60 ปี แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมาเป็นเวลานานพอสมควร ผู้ที่ตอบแบบสอบถามที่อายุมากกว่า 60 ปี หรือน้อยกว่า 30 ปี มีเพียงร้อยละ 9.6 เท่านั้น แสดงว่าวิสาหกิจดำเนินกิจการภายใต้การนำของผู้ที่ผ่านการทำงานมาเป็นเวลานานพอสมควร

6.1.3.4 การศึกษาผู้ที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 52.8 มีการศึกษามากกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 42.4 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษามากกว่าระดับปริญญาตรี มีเพียงร้อยละ 4.8 แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มตัวอย่างมีผู้ประกอบการ และผู้บริหารที่มีการศึกษาในระดับสูง ผู้ประกอบการมีพื้นฐานความรู้ที่ดีในการทำธุรกิจ

6.1.3.5 ประสบการณ์ทำงาน ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ในการทำงาน ในวิสาหกิจนี้เฉลี่ย 12 ปี โดยที่ร้อยละ 80 มีประสบการณ์มากกว่า 5 ปี นอกจากนั้นยังมีประสบการณ์ ก่อนมาเป็นเจ้าของหรือทำงานที่วิสาหกิจนี้เฉลี่ย 10 ปี โดยที่ร้อยละ 50 มีประสบการณ์มาก่อน 7 ปี แสดงให้เห็นว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ที่ทราบถึงรายละเอียดการดำเนินงานของวิสาหกิจ ตัวอย่างเป็นอย่างดี

ตารางที่ 6.1 สถิติข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจตัวอย่าง

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|---|-------|--------|
| จำนวนปีที่ดำเนินการ | น้อยกว่า 10 ปี | 24 | 19.8 |
| | มากกว่า 10 ถึง 20 ปี | 43 | 35.6 |
| | มากกว่า 20 ถึง 30 ปี | 36 | 29.7 |
| | มากกว่า 30 ปี | 18 | 14.9 |
| | ค่าเฉลี่ย 20.14 ปี, SD = 12.9 ปี, n = 121 | | |
| มูลค่าสินทรัพย์ ปัจจุบัน | น้อยกว่า 10 ล้านบาท | 30 | 28.6 |
| | มากกว่า 10 ถึง 50 ล้านบาท | 32 | 30.4 |
| | มากกว่า 50 ถึง 100 ล้านบาท | 12 | 11.5 |
| | มากกว่า 100 ถึง 200 ล้านบาท | 18 | 17.1 |
| | มากกว่า 200 ล้านบาท | 13 | 12.4 |
| | ค่าเฉลี่ย 20.14 ปี, SD = 12.9 ปี, n = 121 | | |
| จำนวนพนักงาน เริ่มกิจการ | น้อยกว่า 10 คน | 44 | 44.4 |
| | มากกว่า 10 ถึง 50 คน | 28 | 28.3 |
| | มากกว่า 50 ถึง 100 คน | 16 | 16.2 |
| | มากกว่า 100 ถึง 200 คน | 7 | 7.1 |
| | มากกว่า 200 คน | 4 | 4.0 |
| | ค่าเฉลี่ย 46.25 คน, n = 99 | | |

ตารางที่ 6.1 (ต่อ)

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------|------------------------------|-------|--------|
| จำนวนพนักงาน ปัจจุบัน | น้อยกว่า 10 คน | 11 | 9.2 |
| | มากกว่า 10 ถึง 50 คน | 30 | 25.2 |
| | มากกว่า 50 ถึง 100 คน | 30 | 25.2 |
| | มากกว่า 100 ถึง 200 คน | 29 | 24.4 |
| | มากกว่า 200 คน | 19 | 16.0 |
| | ค่าเฉลี่ย 116.97 คน, n = 119 | | |
| ประเภทอุตสาหกรรม | เคมี | 19 | 15.2 |
| | อาหารและเกษตร | 11 | 8.8 |
| | เครื่องจักรกลและอะไหล่ | 46 | 36.8 |
| | การอยู่อาศัย | 29 | 23.2 |
| | อื่นๆ | 20 | 16.0 |
| | n = 125 | | |

ตารางที่ 6.2 ข้อมูลโครงสร้างการบริหารงานของวิสาหกิจตัวอย่าง

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|----------------------------|----------------|--------|
| หน่วยงานในองค์กร | ฝ่ายผลิต | 102 | 81.6 |
| | ฝ่ายการตลาดและขาย | 116 | 92.8 |
| | ฝ่ายบัญชีและการเงิน | 115 | 92.0 |
| | ฝ่ายบุคคล | 93 | 74.4 |
| | ฝ่ายวิจัยและพัฒนา | 47 | 37.6 |
| | อื่นๆ | 40 | 32.0 |
| | ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ | เจ้าของคนเดียว | 77 |
| เจ้าของร่วมกับผู้อื่น | | 35 | 28.0 |
| กรรมการบริษัท | | 11 | 8.8 |

ตารางที่ 6.2 (ต่อ)

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------------|------------------|-------|--------|
| บทบาทหน้าที่ของเจ้าของ | การวางแผน | 102 | 81.6 |
| | การตลาดและการขาย | 79 | 63.2 |
| | การผลิต | 49 | 39.2 |
| | จัดซื้อ | 57 | 45.6 |
| | การเงิน | 96 | 76.8 |
| | อื่นๆ | 19 | 15.3 |

ตารางที่ 6.3 ข้อมูลคุณลักษณะผู้ตอบแบบสอบถาม

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|---------------------------------|----------------|--------|
| เพศ | ชาย | 79 | 63.2 |
| | หญิง | 45 | 36.0 |
| | ไม่ตอบ | 1 | 0.8 |
| สถานะหรือหน้าที่ | เจ้าของ | 12 | 9.6 |
| | เจ้าของและผู้บริหาร | 41 | 32.8 |
| | ผู้บริหาร | 56 | 44.8 |
| | อื่นๆ (พนักงานที่ได้รับมอบหมาย) | 15 | 12.0 |
| | ไม่ตอบ | 1 | 0.8 |
| | อายุ | น้อยกว่า 30 ปี | 11 |
| | มากกว่า 30 ถึง 40 ปี | 37 | 29.6 |
| | มากกว่า 40 ถึง 50 ปี | 41 | 32.8 |
| | มากกว่า 50 ถึง 60 ปี | 30 | 24.0 |
| | มากกว่า 60 ปี | 1 | 0.8 |
| | ไม่ตอบ | 5 | 4.0 |
| | ค่าเฉลี่ย 44.15 ปี SD = 9 ปี | | |
| การศึกษาสูงสุด | ประถมปีที่ 6 | 0 | 0.0 |
| | ระดับมัธยม | 3 | 2.4 |

ตารางที่ 6.3 (ต่อ)

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ | |
|------------------------------|------------------------|------------------|--------|--------|
| ประสบการณ์ธุรกิจ | ปวช. | 1 | 0.8 | |
| | ปวส. | 2 | 1.6 | |
| | ปริญญาตรี | 53 | 42.4 | |
| | สูงกว่าปริญญาตรี | 66 | 52.8 | |
| | ไม่มี | 62 | 49.6 | |
| | เป็นหุ้นส่วน | 13 | 10.4 | |
| | เป็นผู้ประกอบการ | 24 | 19.2 | |
| | อื่นๆ | 25 | 20.8 | |
| | ไม่ตอบ | 1 | 0.8 | |
| | ประสบการณ์ผู้ประกอบการ | ไม่มีประสบการณ์ | 20 | 16.0 |
| เป็นพนักงานหรือลูกจ้าง | | 22 | 17.6 | |
| เป็นผู้จัดการหรือผู้บริหาร | | 41 | 32.8 | |
| เป็นทั้งพนักงานหรือผู้บริหาร | | 35 | 28.0 | |
| อื่นๆ | | 5 | 4.0 | |
| ไม่ตอบ | | 2 | 1.6 | |
| ประสบการณ์ในการทำงาน | | การวางแผน | 61 | 48.8 |
| | | การตลาดและการขาย | 54 | 54.0 |
| | | การผลิต | 36 | 36.0 |
| | | จัดซื้อ | 26 | 20.8 |
| | การเงิน | 34 | 27.2 | |
| | อื่นๆ | 20 | 16.0 | |
| | จำนวนปีที่ทำงาน | | จำนวน | เฉลี่ย |
| ก่อนบริษัทนี้ | | 121 | 9.95 | |
| ที่บริษัทนี้ | | 108 | 11.91 | |
| อื่นๆ | | 33 | 9.33 | |

6.1.4 ผลประกอบการของวิสาหกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การสำรวจผลประกอบการของวิสาหกิจกลุ่มเป้าหมาย เพื่อต้องการทราบว่าในปีที่ผ่านมา ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการเปลี่ยนแปลงจากปีที่ผ่านมาเป็นอย่างไร จากการทบทวนวรรณกรรม ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสัมพันธ์กับการดำเนินการจากภาวะผู้ประกอบการประกอบด้วย การเติบโต การทำกำไร และความอยู่รอดหรือความมั่นคง ตารางที่ 6.4 แสดงผลการสำรวจผลประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ในเชิงสถิติ และมีความหมายดังต่อไปนี้

6.1.4.1 การเติบโต จากตารางที่ 6.4 (ก) พบว่าในปีที่ผ่านมาวิสาหกิจตัวอย่างไม่มีการเติบโตของธุรกิจ มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านการขยายตัวและการหดตัวในระดับที่ไม่แตกต่างกันอย่างชัดเจน มีการเปลี่ยนแปลงรายได้ทั้งในส่วนที่เพิ่มขึ้นและลดลงในสัดส่วนที่พอๆกัน โดยมีกลุ่มวิสาหกิจร้อยละ 36 มีรายได้ลดลงค่อนข้างมากตั้งแต่ 10% เป็นต้นไป ในขณะที่กลุ่มวิสาหกิจร้อยละ 18.4 มีรายได้เพิ่มขึ้นเล็กน้อยไม่เกิน 10% และวิสาหกิจร้อยละ 22 มีรายได้เพิ่มขึ้นสูงมากกว่า 10% สำหรับส่วนแบ่งการตลาด วิสาหกิจตัวอย่างมีการสัดส่วนส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่าลดลง โดยวิสาหกิจร้อยละ 26 มีสัดส่วนแบ่งการตลาดลดลงแต่ไม่เกิน 30% วิสาหกิจร้อยละ 30 ส่วนแบ่งการตลาดไม่เปลี่ยนแปลง และวิสาหกิจอีกร้อยละ 40 ที่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น ด้านการเติบโตของยอดขาย วิสาหกิจตัวอย่างมีการหดตัวและขยายตัวในสัดส่วนร้อยละพอๆกัน โดยวิสาหกิจร้อยละ 45 มียอดขายเพิ่มขึ้น วิสาหกิจร้อยละ 13 ที่ยอดขายไม่มีการเปลี่ยนแปลง และวิสาหกิจร้อยละ 40 ที่มียอดขายลดลง ในปีที่ผ่านมาวิสาหกิจร้อยละ 38 ไม่มีการเปลี่ยนแปลงจำนวนพนักงาน ร้อยละ 22 มีพนักงานเพิ่มขึ้น 10% และวิสาหกิจร้อยละ 18 มีพนักงานลดลง 10%

6.1.4.2 การทำกำไร จากตารางที่ 6.4 (ข) พบว่า ในปีที่ผ่านมาวิสาหกิจตัวอย่างสามารถทำกำไรได้ในระดับปานกลางระหว่างร้อยละ 10-30 ในทุกๆดัชนีที่สำรวจ โดยวิสาหกิจร้อยละ 55 มีกำไรขั้นต้นระหว่าง 10%-30% วิสาหกิจร้อยละ 18 มีกำไรขั้นต้นถึง 30%-50% และมีวิสาหกิจร้อยละ 17 มีกำไรขั้นต้นน้อยไม่เกิน 10% สำหรับกำไรสุทธิ วิสาหกิจร้อยละ 56 มีกำไรสุทธิไม่เกิน 10% วิสาหกิจร้อยละ 26 มีกำไรสุทธิที่ีระหว่าง 10%-30% การทำกำไรต่อราคาขาย วิสาหกิจส่วนมากกว่าร้อยละ 46 มีกำไรต่อราคาขายน้อยกว่า 10% และวิสาหกิจอีกร้อยละ 33 มีกำไรต่อราคาขายค่อนข้างดีที่ 10%-30% ผลตอบแทนการลงทุน วิสาหกิจร้อยละ 49 มีผลตอบแทนการลงทุนไม่เกิน 10 % และอีกร้อยละ 31 ได้รับผลตอบแทนการลงทุนระหว่าง 10%-30% ผลตอบแทนต่อทรัพย์สิน วิสาหกิจร้อยละ 58.4 ได้รับผลตอบแทนต่อทรัพย์สินระดับน้อยคือไม่เกิน 10% และวิสาหกิจร้อยละ 21 มีผลตอบแทนต่อทรัพย์สินค่อนข้างดีระหว่าง 10%-30%

6.1.4.3 ความอยู่รอด จากตาราง 6.4 (ค) พบว่าวิสาหกิจตัวอย่างมีระดับความสามารถในการอยู่รอดในระดับปานกลางเมื่อพิจารณาจากอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน วิสาหกิจส่วนมากคือร้อยละ 33 มีสภาพคล่องหรืออัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนในเกณฑ์ที่ดีระหว่าง 1.0-1.5 และวิสาหกิจอีกร้อยละ 18.4 มีสภาพคล่องพอใช้ได้ระหว่าง 0.7-1.0 ในขณะที่วิสาหกิจร้อยละ 22 มีความสามารถในการอยู่รอดสูงคือมีสภาพคล่องมากกว่า 1.5 และมีวิสาหกิจร้อยละ 25 ที่ความสามารถในการอยู่รอดมีน้อยคือมีอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนน้อยกว่า 0.7 ลงไป

ตารางที่ 6.4(ก) สถิติข้อมูลผลประกอบการด้านการเติบโต

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|--------------------------|-------|--------|
| การเพิ่มขึ้นของรายได้ | ลดลงมากกว่า 30% | 17 | 13.6 |
| | ลดลงระหว่าง 10%-30% | 28 | 22.4 |
| | ลดลงไม่เกิน 10% | 16 | 12.8 |
| | ไม่มีการเปลี่ยนแปลง | 14 | 11.2 |
| | เพิ่มขึ้นไม่เกิน 10% | 23 | 18.4 |
| | เพิ่มขึ้นระหว่าง 10%-30% | 20 | 16.0 |
| | เพิ่มขึ้นมากกว่า 30% | 7 | 5.6 |
| การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่ง | ลดลงมากกว่า 30% | 6 | 4.8 |
| การตลาด | ลดลงระหว่าง 10%-30% | 13 | 10.4 |
| | ไม่มีการเปลี่ยนแปลง | 37 | 29.6 |
| | เพิ่มขึ้นไม่เกิน 10% | 32 | 25.6 |
| | เพิ่มขึ้นระหว่าง 10%-30% | 11 | 8.8 |
| | เพิ่มขึ้นมากกว่า 30% | 6 | 4.4 |
| การเติบโตของยอดขาย | ลดลงมากกว่า 30% | 17 | 13.6 |
| | ลดลงระหว่าง 10%-30% | 18 | 14.4 |
| | ลดลงไม่เกิน 10% | 18 | 14.4 |
| | ไม่มีการเปลี่ยนแปลง | 16 | 12.8 |
| | เพิ่มขึ้นไม่เกิน 10% | 32 | 25.6 |
| | เพิ่มขึ้นระหว่าง 10%-30% | 19 | 15.2 |
| | เพิ่มขึ้นมากกว่า 30% | 5 | 4.0 |
| การเพิ่มขึ้นของจำนวน | ลดลงมากกว่า 30% | 4 | 3.2 |

ตารางที่ 6.4(ก) (ต่อ)

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------|--------------------------|-------|--------|
| พนักงาน | ลดลงระหว่าง 10%-30% | 13 | 10.4 |
| | ลดลงไม่เกิน 10% | 23 | 18.4 |
| | ไม่มีการเปลี่ยนแปลง | 48 | 38.4 |
| | เพิ่มขึ้นไม่เกิน 10% | 27 | 21.6 |
| | เพิ่มขึ้นระหว่าง 10%-30% | 7 | 5.6 |
| | เพิ่มขึ้นมากกว่า 30% | 3 | 2.4 |

ตารางที่ 6.4(ข) สถิติข้อมูลผลประกอบการด้านการทำกำไร

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------|-------------------|-------|--------|
| กำไรขั้นต้น | น้อยกว่า 0% | 10 | 8.0 |
| | ระหว่าง 0% -10% | 21 | 16.8 |
| | ระหว่าง 10% -30% | 69 | 55.2 |
| | ระหว่าง 30% -50% | 23 | 18.4 |
| | ระหว่าง 50% -70% | 1 | 0.8 |
| | ระหว่าง 70% -100% | 1 | 0.8 |
| | มากกว่า 100% | 0 | 0.0 |
| กำไรสุทธิ | น้อยกว่า 0% | 16 | 12.8 |
| | ระหว่าง 0% -10% | 70 | 56.0 |
| | ระหว่าง 10% -30% | 33 | 26.4 |
| | ระหว่าง 30% -50% | 4 | 3.2 |
| | ระหว่าง 50% -70% | 1 | 0.8 |
| | ระหว่าง 70% -100% | 1 | 0.8 |
| | มากกว่า 100% | 0 | 0.0 |
| กำไรต่อราคาขาย | น้อยกว่า 0% | 10 | 8.0 |
| | ระหว่าง 0% -10% | 58 | 46.4 |
| | ระหว่าง 10% -30% | 41 | 32.8 |
| | ระหว่าง 30% -50% | 15 | 12.0 |
| | ระหว่าง 50% -70% | 0 | 0.0 |

ตารางที่ 6.4(ข) (ต่อ)

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|------------------|-------------------|-------|--------|
| ผลตอบแทนการลงทุน | ระหว่าง 70% -100% | 0 | 0.0 |
| | มากกว่า 100% | 1 | 0.8 |
| | น้อยกว่า 0% | 18 | 14.4 |
| | ระหว่าง 0% -10% | 61 | 48.8 |
| | ระหว่าง 10% -30% | 39 | 31.2 |
| | ระหว่าง 30% -50% | 5 | 4.0 |
| | ระหว่าง 50% -70% | 1 | 0.8 |
| | ระหว่าง 70% -100% | 0 | 0.0 |
| | มากกว่า 100% | 1 | 0.8 |

ตารางที่ 6.4(ค) สถิติข้อมูลผลประกอบการด้านความอยู่รอด

| | ลักษณะสำคัญ | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|------------------------|-------|--------|
| อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียน | น้อยที่สุด (<0.5) | 15 | 12.0 |
| | น้อย (0.5-0.7) | 16 | 12.8 |
| ต่อหนี้สินหมุนเวียน | ค่อนข้างน้อย (0.7-1.0) | 23 | 18.4 |
| | ปานกลาง (1.0 – 1.5) | 41 | 32.8 |
| | ค่อนข้างมาก (1.5-2.0) | 12 | 9.6 |
| | มาก (2.0 – 5.0) | 9 | 7.2 |
| | มากที่สุด (>5.0) | 8 | 6.4 |
| | ไม่ตอบ | 1 | 0.8 |

สรุปได้ว่าในปีที่ผ่านมาวิสาหกิจตัวอย่างมีผลประกอบการที่ไม่เอนเอียงไปด้านใดด้านหนึ่ง คือผลประกอบการมีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านบวกและด้านลบในสัดส่วนเท่าๆกัน กล่าวคือมีการเติบโตและการหดตัวของการดำเนินธุรกิจเท่าๆกันเมื่อพิจารณาจากจำนวนวิสาหกิจ วิสาหกิจตัวอย่างมีความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นและลดลงเท่าๆกันเมื่อพิจารณาจากจำนวนวิสาหกิจ และวิสาหกิจตัวอย่างมีระดับของสภาพคล่องปานกลาง มีวิสาหกิจส่วนน้อยที่ขาดสภาพคล่องและมีวิสาหกิจอีกส่วนหนึ่งที่มีสภาพคล่องที่ดีมาก

6.1.5 บทบาทภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

วิสาหกิจตัวอย่างได้ใช้ภาวะผู้นำเพื่อการดำเนินการและบริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม โดยผู้นำและผู้ตามขององค์กรได้ร่วมกันยกระดับการทำงานของแต่ละฝ่ายไปสู่ระดับที่สูงให้กับองค์กร ภาวะผู้นำที่เกิดผลมากที่สุดคือด้านการจูงใจ เป็นการทำให้ผู้ตามเกิดความเชื่อมั่นในการทำงานในองค์กร ถัดมาคือการบันดาลใจให้ผู้ตามใช้ความสามารถของตนเองสร้าง ความคาดหวัง เป้าหมาย และการทำงานตามจุดประสงค์ขององค์กร และภาวะผู้นำที่เกิดผลน้อย ที่สุดคือการโน้มน้าวให้ผู้ตามเกิดความเคารพ ศรัทธา ขอมรับในแนวความคิดในการทำงานตาม สถานการณ์ต่างๆ ตารางที่ 6.5 แสดงผลของภาวะผู้นำของวิสาหกิจตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ และมีข้อสรุปในรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1.5.1 การบันดาลใจ ผู้ตามได้รับการบันดาลใจจากการสื่อสารบอกกล่าว วัตถุประสงค์ของวิสาหกิจเป็นที่เข้าใจเสมอค่อนข้างมากที่ร้อยละ 35.2 และปานกลางที่ร้อยละ 24.8 และได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกันค่อนข้างมากที่ ร้อยละ 32.8 และปานกลางที่ ร้อยละ 27.2 ในขณะที่การบันดาลใจทำให้การปฏิบัติหน้าที่เกินกว่างานได้มอบหมายรวมทั้งการ นำเสนอแนวคิดใหม่ๆในการทำงานมีผลในระดับปานกลางที่ ร้อยละ 35.2 และร้อยละ 37.6 ตามลำดับ และมีผลในระดับค่อนข้างน้อยที่ร้อยละ 20.8 และร้อยละ 24.0 ตามลำดับ

6.1.5.2 การโน้มน้าว ผู้ตามได้รับการโน้มน้าวใจยอมรับในวิสัยทัศน์ธุรกิจของ ผู้นำค่อนข้างมากที่ ร้อยละ 41.6 ขอมรับมากที่ร้อยละ 26.4 และขอมรับปานกลางที่ร้อยละ 24.8 แต่ การโน้มน้าวทำให้เกิดการขอมรับในตัวผู้นำเป็นแบบอย่าง และมีความมั่นใจในการทำงาน มีผลใน ระดับปานกลางที่ร้อยละ 41.6 และร้อยละ 35.2 ตามลำดับ และมีผลในระดับค่อนข้างมากที่ร้อยละ 28.0 และร้อยละ 25.6 ตามลำดับ

6.1.5.3 การจูงใจ ผู้ตามได้รับการจูงใจจากการแนะนำวิธีการทำงาน จนงาน ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย จากการได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจนสามารถทำงานได้ตามที่ มอบหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ และร่วมมือกันทำงานเป็นทีมจากการสั่งการ มีผลในระดับ ค่อนข้างมากที่ร้อยละ 36.8 ร้อยละ 36.8 และ ร้อยละ 35.2 ตามลำดับ และมีผลในระดับมากที่สุดที่ร้อยละ 27.2 ร้อยละ 28.0 และร้อยละ 20.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.5 สถิติข้อมูลภาวะผู้นำของวิสาหกิจตัวอย่าง

| ข้อความ | Min. | Max. | Mean | S.D. | ระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ) | | | | | | |
|---|------|------|------|-------|--------------------------|------|------|------|------|------|-----|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| พนักงานมักเสนอแนวคิดใหม่ๆในการทำงานให้ท่านเป็นผู้ตัดสินใจ | 1 | 7 | 4.02 | 1.184 | .8 | 8.0 | 24.0 | 37.6 | 16.8 | 11.2 | 1.6 |
| พนักงานได้ปฏิบัติหน้าที่เกินกว่างานที่ท่านได้มอบหมายอยู่เป็นประจำ | 1 | 7 | 3.83 | 1.311 | 4.0 | 12.0 | 20.8 | 35.2 | 15.2 | 11.2 | .8 |
| พนักงานได้รับการสื่อสารบอกกล่าวจากท่านถึงวัตถุประสงค์ของบริษัทจนเป็นที่เข้าใจเสมอ | 2 | 7 | 5.0 | 1.028 | - | .8 | 5.6 | 24.8 | 35.2 | 28.0 | 5.6 |
| ท่านและพนักงานได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน | 1 | 7 | 4.76 | 1.260 | .8 | 4.8 | 7.2 | 27.2 | 32.8 | 19.2 | 8.0 |
| พนักงานมีความมั่นใจในการทำงานให้กับบริษัทเสมอ | 1 | 7 | 4.59 | 1.290 | 2.4 | 3.2 | 8.8 | 35.2 | 25.6 | 18.4 | 6.4 |
| พนักงานยึดถือเอาตัวท่านเป็นแบบอย่างในการทำงาน | 1 | 7 | 4.52 | 1.154 | 2.4 | .8 | 8.8 | 41.6 | 28.0 | 13.6 | 4.8 |
| วิสัยทัศน์ธุรกิจของท่านได้รับการยอมรับหรือเห็นด้วยจากผู้ร่วมงาน | 2 | 7 | 5.02 | 0.920 | - | .8 | 2.4 | 24.8 | 41.6 | 26.4 | 4.0 |
| การร่วมมือกันทำงานเป็นทีมของพนักงานมาจากการสั่งการของท่าน | 2 | 7 | 4.78 | 1.119 | - | 3.2 | 7.2 | 28.8 | 35.2 | 20.0 | 5.6 |
| พนักงานได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจนสามารถทำงานได้ตามที่มอบหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ | 2 | 7 | 5.10 | 0.990 | - | .8 | 2.4 | 24.8 | 36.8 | 28.0 | 7.2 |
| ท่านได้แนะนำวิธีการทำงานให้กับพนักงาน จนงานนั้นประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย | 2 | 7 | 5.06 | 0.982 | - | .8 | 2.4 | 26.4 | 36.8 | 27.2 | 6.4 |

หมายเหตุ: มาตรฐาน: 1=น้อยที่สุด, 2= น้อย, 3=ค่อนข้างน้อย, 4=ปานกลาง, 5= ค่อนข้างมาก, 6=มาก, 7=มากที่สุด

6.1.6 การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

วิสาหกิจตัวอย่างใช้การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการเพื่อการดำเนินการและบริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการใช้กลยุทธ์ด้วยหลักเหตุผลและความเหมาะสมเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจตัวอย่างใช้กลยุทธ์การนวัตกรรมมากกว่ากลยุทธ์อื่น ด้วยการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือใช้วิธีการแข่งขันที่นำหน้าคู่แข่ง ส่วนกลยุทธ์การรุกในธุรกิจถูกนำมาใช้ในระดัปลานกลาง และที่น่าสนใจคือวิสาหกิจตัวอย่างไม่ใช้กลยุทธ์การกล้าเสี่ยงหรือไม่กล้าเสี่ยงเพื่อหวังผลตอบแทนสูงๆ ตารางที่ 6.6 แสดงผลการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการของวิสาหกิจตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ และมีข้อสรุปในรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1.6.1 การนวัตกรรม วิสาหกิจตัวอย่างใช้กลยุทธ์นวัตกรรมในการนำเสนอหรือการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ใหม่จำนวนมากและรวดเร็ว ในระดับค่อนข้างมากที่ร้อยละ 27.2 และที่ร้อยละ 21.6 ตามลำดับ และในระดับที่มากร้อยละ 28.8 และร้อยละ 22.4 ตามลำดับ และใช้กลยุทธ์การเอาชนะคู่แข่งได้แก่การเป็นเจ้าของแรกที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ การเลือกใช้วิธีการที่ทำให้คู่แข่งไม่สามารถมาทำการแข่งขัน และการริเริ่มสิ่งใหม่ที่ทำให้คู่แข่งเป็นผู้ตอบโต้ ในระดับปานกลางที่ร้อยละ 24.0 ร้อยละ 25.6 และร้อยละ 25.6 ตามลำดับ และในระดับค่อนข้างมากที่ร้อยละ 18.4 ร้อยละ 18.4 และร้อยละ 23.2 ตามลำดับ

6.1.6.2 การกล้าเสี่ยง วิสาหกิจตัวอย่างใช้กลยุทธ์ที่ไม่เน้นความเสี่ยง วิสาหกิจตัวอย่างค่อนข้างไม่เห็นด้วยในการเสี่ยงเพื่อผลกำไรสูงๆที่ร้อยละ 24.8 และเสี่ยงปานกลางที่ร้อยละ 18.4 ส่วนการใช้กลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันและการใช้กลยุทธ์เชิงรุก เพื่อเพิ่มโอกาสสูงสุด อยู่ในระดับปานกลาง ที่ร้อยละ 22.40 และร้อยละ 25.6 ตามลำดับ และอยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ที่ร้อยละ 20.8 และร้อยละ 22.4 ตามลำดับ

6.1.6.3 การรุกในธุรกิจ วิสาหกิจตัวอย่างใช้กลยุทธ์การรุกในธุรกิจในระดับปานกลาง ให้การยอมรับในความสำคัญอย่างยิ่งต่อ การทำการวิจัยและพัฒนา การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และการสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ ที่ร้อยละ 20.8 ในระดับค่อนข้างมาก มาก และมากที่สุด ที่ร้อยละ 12.8 ร้อยละ 15.2 และร้อยละ 16.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.6 สถิติข้อมูลการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของวิสาหกิจตัวอย่าง

| ข้อความ | Min. | Max. | Mean | S.D. | ระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ) | | | | | | |
|---|------|------|------|-------|--------------------------|------|------|------|------|------|------|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ใน 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการใหม่เป็นจำนวนมาก | 1 | 7 | 5.04 | 1.549 | 4.0 | 4.8 | 6.4 | 12.0 | 27.2 | 28.8 | 15.2 |
| การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว | 1 | 7 | 4.51 | 1.586 | 5.6 | 7.2 | 8.8 | 24.8 | 21.6 | 22.4 | 8.0 |
| โดยส่วนมากแล้วบริษัทจะเป็นเจ้าแรกที่นำเสนอสินค้า บริการใหม่หรือใช้เทคนิควิธีการผลิตใหม่หรือใช้การบริหารจัดการใหม่ | 1 | 7 | 4.53 | 1.703 | 6.4 | 6.4 | 12.0 | 24.0 | 18.4 | 17.6 | 14.4 |
| โดยทั่วไปบริษัทจะริเริ่มสิ่งใหม่ที่ทำให้คู่แข่งเป็นผู้ตอบโต้ | 1 | 7 | 4.48 | 1.595 | 4.8 | 7.2 | 12.0 | 25.6 | 23.2 | 14.4 | 12.0 |
| บริษัทเลือกใช้วิธีการที่ทำให้คู่แข่งไม่สามารถมาทำการแข่งขันได้อีก | 1 | 7 | 4.10 | 1.617 | 6.4 | 10.4 | 17.6 | 25.6 | 18.4 | 12.8 | 8.0 |
| บริษัทจะแสดงออกอย่างกล้าและใช้แนวทางเชิงรุก เพื่อเพิ่มโอกาสสูงสุดจากการใช้โอกาสที่มีอยู่ | 1 | 7 | 3.96 | 1.650 | 7.2 | 11.2 | 22.4 | 25.6 | 10.4 | 15.2 | 7.2 |
| เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ บริษัทกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน | 1 | 7 | 3.94 | 1.722 | 8.8 | 12.0 | 20.8 | 22.4 | 13.6 | 12.8 | 8.8 |
| บริษัทมักจะชอบเลือกทำในสิ่งที่เสี่ยง เพื่อหวังทำกำไรสูงๆ | 1 | 7 | 3.52 | 1.620 | 12.0 | 16.0 | 24.8 | 18.4 | 14.4 | 10.4 | 3.2 |
| บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อ การทำการวิจัยและพัฒนา การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และการสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ | 1 | 7 | 4.36 | 1.818 | 4.0 | 16.0 | 13.6 | 20.8 | 12.8 | 15.2 | 16.8 |

หมายเหตุ: มาตรวัด: 1=น้อยที่สุด, 2= น้อย, 3=ค่อนข้างน้อย, 4=ปานกลาง, 5= ค่อนข้างมาก, 6=มาก, 7=มากที่สุด

6.1.7 การบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ

วิสาหกิจตัวอย่างใช้การบริหารจัดการ โอกาสอย่างผู้ประกอบการเพื่อการดำเนินการและบริหารธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการบริหารจัดการทรัพยากรให้เหมาะสมกับโอกาสธุรกิจเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจตัวอย่างมีความสามารถในการบริหารจัดการอย่างมากในการใช้ทรัพยากรที่แตกต่างไปจากคู่แข่งและสามารถจัดหาทรัพยากรที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจได้อย่างเพียงพอ แต่ไม่สามารถบริหารจัดการทรัพยากรในเรื่องการปกป้องทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งบริหารจัดการไม่ให้เกิดการเลียนแบบได้ดี ตารางที่ 6.7 แสดงผลการการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการของวิสาหกิจตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ และมีข้อสรุปในรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1.7.1 การใช้ประโยชน์ทรัพยากร วิสาหกิจตัวอย่างสามารถบริหารจัดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรโดยการปรับตัวในการผลิตสินค้าใหม่หรือการดำเนินธุรกิจจากทรัพยากรที่มีอยู่ได้ก่อนองค์กร ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่างออกไปจากเดิม รวมทั้งมีอุปกรณ์หรือความชำนาญพิเศษเฉพาะตัวที่บริษัทอื่นไม่มีในการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน ได้เป็นอย่างดีที่ร้อยละ 26.4 ร้อยละ 39.2 และร้อยละ 28.0 ตามลำดับ และอยู่ในระดับค่อนข้างดีที่ร้อยละ 26.4 ร้อยละ 27.2 และร้อยละ 24.8 ตามลำดับ

6.1.7.2 ความพร้อมของทรัพยากร วิสาหกิจตัวอย่างสามารถจัดการความพร้อมของทรัพยากร จากการจัดหาทรัพยากรได้โดยมีต้นทุนที่เหมาะสมตามที่ต้องการ จัดหาทรัพยากรที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจได้อย่างเพียงพอ สามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการได้จากทรัพยากรที่มีและสามารถนำทรัพยากรมาสร้างความแตกต่างให้สินค้าได้ อยู่ในระดับที่ดีที่ร้อยละ 52.8 ร้อยละ 52.0 ร้อยละ 44.8 และร้อยละ 40.8 ตามลำดับ และอยู่ในระดับค่อนข้างดีที่ร้อยละ 21.6 ร้อยละ 12.0 ร้อยละ 24.8 และร้อยละ 27.2 ตามลำดับ

6.1.7.3 การปกป้องทรัพยากร วิสาหกิจตัวอย่างไม่สามารถปกป้องทรัพยากร จากการที่คู่แข่งสามารถใช้ทรัพยากรที่แตกต่างผลิตสินค้าได้เหมือน อยู่ในระดับค่อนข้างมากที่ ร้อยละ 24.8 และระดับมากที่ร้อยละ 20.0 และคู่แข่งมีความสามารถในการแย่งจัดหาทรัพยากรอื่นเพื่อนำไปในการทำผลิตแข่งขัน อยู่ในระดับมากที่ร้อยละ 32.8 และระดับค่อนข้างมากที่ร้อยละ 23.2

6.1.7.4 การลอกเลียน วิสาหกิจตัวอย่างไม่สามารถจัดการการลอกเลียนวิธีการผลิต การจัดหาอุปกรณ์ วัตถุดิบหรือการหาบุคลากรในการทำธุรกิจเช่นเดียวกันจากคู่แข่ง อยู่ในระดับมากที่ร้อยละ 23.2 และถ้าบริษัทอื่นต้องการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือ ใช้วัตถุดิบให้เหมือนกับบริษัทของท่านจะต้องลงทุนปรับปรุงบริษัทเพิ่มเติมอยู่ในระดับมากที่ร้อยละ 33.6

6.1.8 การรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

วิสาหกิจตัวอย่างรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการเพื่อการดำเนินการและบริหารธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการใช้ความสามารถในการรับแปรข้อมูล จัดเก็บและนำกลับมาใช้ในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจเพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจตัวอย่างได้ใช้ความรู้ที่มี ความเชื่อมโยงกับสังคม และประสบการณ์ที่ได้มาจากการเข้าสู่การทำธุรกิจ รับรู้โอกาสทางธุรกิจได้ดี ตารางที่ 6.8 แสดงผลการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการของวิสาหกิจตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ และมีข้อสรุปในรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1.8.1 ความรู้ที่มี วิสาหกิจตัวอย่างมีความสามารถในการมองเห็นโอกาสธุรกิจใหม่ๆ จากความรู้ที่มี รู้จักทวนโอกาสทันทีเมื่อมีโอกาสทางธุรกิจผ่านเข้ามา มีความตื่นตัวหรือมีสัมผัสพิเศษต่อโอกาสธุรกิจใหม่ๆ และเมื่อท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ท่านมักจะเห็น โอกาสทางธุรกิจที่แตกต่างออกไปจากเดิม โอกาสทางธุรกิจที่พบ เกิดมาจากความรู้ด้านการตลาด ด้านการผลิต และความเข้าใจต่อปัญหาของลูกค้า ได้ในระดับดีที่ร้อยละ 42.4 ร้อยละ 30.4 ร้อยละ 40.0 ร้อยละ 49.6 และ ร้อยละ 50.4 ตามลำดับ

6.1.8.2 การเชื่อมโยงกับสังคม วิสาหกิจตัวอย่างมีความสามารถในการมองเห็นโอกาสธุรกิจใหม่ๆ จากการเชื่อมโยงกับสังคม ผ่านการเข้าประชุมสัมมนา จากเพื่อน ครอบครัว และจากซัพพลายเออร์ และมองเห็นแนวทางในการทำธุรกิจใหม่เมื่อการพบปะสนทนากับผู้อื่น ในระดับดีที่ร้อยละ 42.4 และร้อยละ 50.4 ตามลำดับ

6.1.8.3 ประสบการณ์ วิสาหกิจตัวอย่างมีความสามารถในการมองเห็นโอกาสธุรกิจใหม่ๆ เมื่อได้เข้ามาสู่ธุรกิจนั้นแล้ว และเป็นธุรกิจที่แตกต่างไปจากสิ่งที่ได้เคยคิดเอาไว้แต่แรก ในระดับดี ที่ร้อยละ 41.6 และร้อยละ 40.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.7 สถิติข้อมูลการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจของวิสาหกิจตัวอย่าง

| ข้อความ | Min. | Max. | Mean | S.D. | ระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ) | | | | | | |
|---|------|------|------|-------|--------------------------|------|------|------|------|------|------|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| บริษัทของท่านมักจะปรับตัวในการผลิตสินค้าใหม่หรือการดำเนินธุรกิจจากทรัพยากรที่มีอยู่ได้ก่อนองค์กรอื่นเสมอ | 1 | 7 | 4.78 | 1.511 | 2.4 | 8.0 | 8.8 | 17.6 | 26.4 | 26.4 | 10.4 |
| ท่านใช้ทรัพยากรที่มีพัฒนาสินค้าใหม่ที่แตกต่างออกไปจากเดิมได้ | 1 | 7 | 5.17 | 1.469 | 1.6 | 7.2 | 8.0 | 4.0 | 27.2 | 39.2 | 12.8 |
| บริษัทของท่านมีอุปกรณ์หรือความชำนาญพิเศษเฉพาะตัว ที่บริษัทอื่นไม่มีในการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน | 1 | 7 | 4.82 | 1.587 | 3.2 | 9.6 | 5.6 | 16.8 | 24.8 | 28.0 | 12.0 |
| ทรัพยากรที่จัดหาได้ส่วนมากแล้วมีต้นทุนที่เหมาะสมตามที่ต้องการ | 1 | 7 | 5.19 | 1.306 | 1.6 | 1.6 | 14.4 | 3.2 | 21.6 | 52.8 | 4.8 |
| ท่านสามารถจัดหาทรัพยากรที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจได้เพียงพอ | 1 | 7 | 5.41 | 1.437 | .8 | 5.6 | 9.6 | 4.0 | 12.0 | 52.0 | 16.0 |
| บริษัทของท่านสามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการได้จากทรัพยากรที่มี | 2 | 7 | 5.28 | 1.280 | - | 5.6 | 6.4 | 8.0 | 24.8 | 44.8 | 10.4 |
| ทรัพยากรที่ท่านมีสามารถนำมาสร้างความแตกต่างให้สินค้าท่านได้ | 1 | 6 | 5.14 | 1.324 | .8 | 4.8 | 8.8 | 8.8 | 27.2 | 40.8 | 8.8 |
| คู่แข่งสามารถใช้ทรัพยากรที่แตกต่างผลิตสินค้าได้เหมือนกับของท่าน | 1 | 7 | 3.82 | 1.752 | 8.0 | 16.0 | 9.6 | 15.2 | 24.8 | 20.0 | 6.4 |
| คู่แข่งมีความสามารถแย่งจัดหาทรัพยากรเพื่อนำมาใช้ในการทำผลิตรแข่งกับบริษัทของท่านได้ | 1 | 7 | 3.34 | 1.529 | - | 16.0 | 7.2 | 15.2 | 23.2 | 32.8 | 5.6 |
| การลอกเลียนแบบวิธีการผลิตการจัดการอุปกรณ์ วัตถุดิบ การจัดหาบุคลากรในการทำธุรกิจเช่นเดียวกันกับของท่านกระทำได้โดยง่าย | 1 | 7 | 3.86 | 1.949 | 10.4 | 19.2 | 14.4 | 10.4 | 12.8 | 23.2 | 9.6 |
| ถ้าบริษัทอื่นต้องการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือ ใช้วัตถุดิบ ให้เหมือนกับบริษัทของท่านจะต้องลงทุนปรับปรุงบริษัทเพิ่มเติม | 1 | 7 | 4.66 | 1.555 | .8 | 14.4 | 8.0 | 17.6 | 19.2 | 33.6 | 6.4 |

หมายเหตุ: มาตรวัด: 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2=ไม่เห็นด้วย, 3=ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย, 4=ไม่มีความเห็น, 5=เห็นด้วยเล็กน้อย, 6=เห็นด้วย, 7=เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 6.8 สถิติข้อมูลการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของวิสาหกิจตัวอย่าง

| ข้อความคำถาม | Min. | Max. | Mean | S.D. | ระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ) | | | | | | |
|---|------|------|------|-------|--------------------------|------|-----|------|------|------|------|
| | | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| ท่านมองเห็นโอกาสธุรกิจใหม่ๆในระหว่างการทำงานประจำวันจากความรู้ที่มีภายในตัวของท่าน | 1 | 7 | 5.26 | 1.284 | .8 | 4.8 | 5.6 | 8.0 | 28.0 | 42.4 | 10.4 |
| ท่านจัดได้ว่าเป็นนักฉวยโอกาสทันทีเมื่อมีโอกาสทางธุรกิจผ่านเข้ามา | 2 | 7 | 4.88 | 1.323 | - | 8.8 | 5.6 | 17.6 | 31.2 | 30.4 | 6.4 |
| ท่านเป็นบุคคลที่มีความตื่นตัวหรือมีสัมพันธพิเศษต่อโอกาสธุรกิจใหม่ๆ | 2 | 7 | 5.31 | 1.110 | - | 1.6 | 5.6 | 13.6 | 28.8 | 40.0 | 10.4 |
| เมื่อท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ท่านมักจะเห็นโอกาสทางธุรกิจที่แตกต่างออกไปจากเดิมเสมอ | 2 | 7 | 5.50 | 1.147 | - | 2.4 | 5.6 | 8.0 | 20.8 | 49.6 | 13.6 |
| โอกาสทางธุรกิจที่ท่านค้นพบ เกิดมาจากความรู้ด้านการตลาด ด้านการผลิต และความเข้าใจต่อปัญหาของลูกค้า | 2 | 7 | 5.70 | 0.959 | - | .8 | 2.4 | 6.4 | 23.2 | 50.4 | 16.8 |
| การรับรู้โอกาสทางธุรกิจมักได้มาจากการ การเข้าประชุมสัมมนา จาก เพื่อน ครอบครัว และจากซัพพลายเออร์ | 1 | 7 | 5.31 | 1.394 | .8 | 6.4 | 4.8 | 9.6 | 20.8 | 42.4 | 15.2 |
| แนวคิดของธุรกิจเป็นเรื่องที่อุบัติขึ้นโดยบังเอิญ เป็นสิ่งที่ทำให้มองเห็นแนวทางในการทำธุรกิจใหม่ | 1 | 7 | 4.06 | 1.813 | 8.0 | 21.6 | 8.0 | 13.6 | 22.4 | 20.0 | 6.4 |
| การพบปะสนทนากับผู้อื่นเป็นสิ่งที่ทำให้ได้เห็นโอกาสทางธุรกิจ | 2 | 7 | 5.72 | 1.013 | - | 1.6 | 2.4 | 5.6 | 21.6 | 50.4 | 18.4 |
| โอกาสของธุรกิจใหม่เกิดขึ้นเมื่อได้เข้ามาสู่ธุรกิจของสินค้านั้นแล้ว | 1 | 7 | 4.97 | 1.448 | .8 | 8.8 | 8.0 | 13.6 | 20.0 | 41.6 | 7.2 |
| โอกาสทางธุรกิจที่ได้รับรู้ ในช่วงเวลาที่ผ่าน มีความแตกต่างไปจากสิ่งที่ท่านได้เคยคิดเอาไว้แต่แรก | 1 | 7 | 4.80 | 1.535 | 1.6 | 12.8 | 6.4 | 12.0 | 22.4 | 40.0 | 4.8 |

หมายเหตุ: มาตรฐานวัด: 1=ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง, 2=ไม่เห็นด้วย, 3=ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย, 4=ไม่มีความเห็น, 5=เห็นด้วยเล็กน้อย, 6=เห็นด้วย, 7=เห็นด้วยอย่างยิ่ง

6.1.9 หน้าที่ของผู้ประกอบการที่ทำให้วิสาหกิจมีผลประกอบการที่ดี

การสำรวจความเห็นในเรื่องหน้าที่ของผู้ประกอบการที่ทำให้วิสาหกิจมีผลประกอบการที่ดี มีคำตอบจาก 67 วิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 53.6 ของจำนวนแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วน (ดูภาคผนวกที่ 2) คำตอบที่ได้รับจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงบทบาทหรือสิ่งที่เป็นการดำเนินการของผู้ประกอบการที่ทำให้วิสาหกิจมีผลการประกอบการที่ดี คำตอบที่ได้รับเป็นคำตอบจากประสบการณ์จากการทำงานในวิสาหกิจมาเป็นระยะเวลาอันพอสมควร

จากคำตอบที่ได้รับ หน้าที่ของผู้ประกอบการที่ทำให้วิสาหกิจมีผลประกอบการดีแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือด้านการเป็นผู้นำ ด้านการตัดสินใจ ด้านมองหาโอกาสธุรกิจ และด้านการบริหารการผลิต มีรายละเอียดประกอบด้วย

1) ด้านหน้าที่และคุณสมบัติของผู้นำ ต้องมีความซื่อสัตย์ รู้จักการตอบแทนและรับผิดชอบต่อสังคม อดทน มีความพยายาม มีความสามารถการบริหารภายในด้านการตลาด การเงิน การบัญชี มีวิสัยทัศน์ สามารถสื่อสารภายในองค์กร กำหนดนโยบาย กลยุทธ์ เป้าหมาย สร้างวัฒนธรรม พัฒนา

2) ด้านการตัดสินใจทางกลยุทธ์ ต้องกล้าตัดสินใจ กล้าลงมือ พัฒนานวัตกรรม ทำการค้นคว้าและวิจัย คิดนอกกรอบ ศึกษาคู่แข่ง พัฒนาสินค้าใหม่

3) ด้านโอกาสทางธุรกิจ มองหาโอกาส ศึกษาแนวโน้มธุรกิจ ติดตามข่าวสาร มองหาตลาดใหม่ รับข้อมูลข่าวสาร สร้างความสัมพันธ์กับภายนอก รอบข้าง

4) ด้านการบริหารการผลิต เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร การผลิต ต้นทุน สร้างทรัพยากร รู้จักการใช้ทรัพยากรเทคโนโลยีการผลิต

จากคำตอบที่ได้รับ บทบาทหน้าที่ของผู้นำเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการมองเห็นว่ามีความสำคัญต่อการประกอบการมากกว่าหน้าที่อื่น ผู้ประกอบการชี้ให้เห็นว่ามีบทบาทหน้าที่หลากหลายของการเป็นผู้นำวิสาหกิจที่ต้องดำเนินการ สำหรับหน้าที่ด้านอื่นทั้งการตัดสินใจกลยุทธ์ ด้านโอกาสธุรกิจ และด้านการบริหารการผลิตผู้ประกอบการมองว่ามีสิ่งที่จะต้องดำเนินการไม่มากเท่ากับการเป็นผู้นำ แต่อย่างไรก็ตามก็มีรายละเอียดที่ต้องดำเนินการพอ ๆ กัน อย่างไรก็ตามคำตอบในเรื่องบทบาทหน้าที่ของผู้ประกอบการที่จะทำให้วิสาหกิจมีผลประกอบการที่ดี ที่ได้รับมานี้มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่อยู่ในแบบสอบถาม

6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบกรอบแนวคิดและสมมติฐาน

ก่อนการทดสอบกรอบแนวคิดและสมมติฐานจะต้องมีการตรวจสอบคุณสมบัติของข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเสียก่อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวแปร

(Multivariate Analysis) เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้มีผลต่อความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนที่อาจทำให้เกิดการคลาดเคลื่อนและลำเอียงในการวิเคราะห์ และอาจทำให้เกิดการซ่อนของปัญหาเอาไว้ได้ (Hair, et al., 2006) ดังนั้นตัวแปรทั้งหมดจึงต้องมีการทดสอบคุณสมบัติความเหมาะสมเสียก่อน การทดสอบคุณสมบัตินี้ต้องกระทำทั้งการทดสอบตัวแปรทีละตัวและการทดสอบตัวแปรที่ได้มาจากการรวมตัวแปรหลายตัวเข้าด้วยกัน การทดสอบคุณสมบัติของตัวแปรประกอบด้วย

6.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยสำหรับตัวแปรสังเกตและการทดสอบคุณสมบัติ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามได้รับการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยวิธี Exploratory Factor Analysis (EFA) เพื่อเป็นการตรวจทานการรวมกลุ่มข้อความที่เป็นตัวแทนของตัวแปรสังเกตได้ถูกต้องมากขึ้น (Hair, et al., 2006) ด้วยวิธีการ EFA ข้อมูลจากคำถามจากการสำรวจถูกวิเคราะห์จนสามารถรวมกลุ่มข้อความที่มีความสัมพันธ์กันไว้ด้วยกัน ผลการวิเคราะห์ EFA ทำให้การจัดกลุ่มปัจจัยคำถามที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์มีความแตกต่างจากการทบทวนวรรณกรรมเพียง 4 ข้อคำถาม จากทั้งหมด 50 ข้อคำถาม เป็นการยืนยันว่าปัจจัยที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมีความน่าเชื่อถือด้านบริบททางทฤษฎี (Theoretical Content) เมื่อได้พิจารณาจากคำถามที่มีการย้ายกลุ่มปัจจัยสังเกตแล้วพบว่ามีความสอดคล้องกับตัวปัจจัยและไม่ได้ขัดแย้งกับวรรณกรรมที่ทบทวนมา เช่น พนักงานได้รับการสื่อสารบอกกล่าวจากท่านถึงวัตถุประสงค์ของบริษัทจนเป็นที่เข้าใจเสมอ จากปัจจัยการจูงใจไปสู่ปัจจัยการบันทึกลงใจ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาค่าคุณสมบัติของแต่ละตัวแปรพบว่าค่า Factor Loading ที่ได้จากการวิเคราะห์ EFA ทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.5 สำหรับทุกข้อคำถาม โดยมี 12 คำถามที่มีค่า Factor Loading น้อยกว่า 0.7 แต่ก็สามารถยอมรับได้ในการนำมาใช้ในการวิเคราะห์ (Hair, et al., 2006) และเมื่อพิจารณาความผันแปรที่ตัวแปรเหล่านี้มีร่วมกับปัจจัยหรือตัวแปรสังเกต หรือค่า Communalities ก็พบว่ามีค่าสูงกว่า 0.6 เกือบทุกตัวแปร มีเพียง 2 ตัวแปรที่มีค่าต่ำกว่า 0.5 เล็กน้อย และอีก 7 ตัวแปรที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.5 – 0.6 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรเหล่านี้สามารถใช้เพื่อการอธิบายตัวแปรสังเกตได้มากกว่าร้อยละ 50 (Hair, et al., 2006) โดยค่าของตัวแปรสังเกตทั้งหมดจะได้จากการรวมองค์ประกอบ (Composite) ของทุกตัวแปรหรือข้อคำถามตามที่เป็นตัวแทนค่าที่สังเกตได้จากแต่ละปัจจัยตามตารางที่ 6.9 ที่แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยตัวแปรสังเกต พร้อมกับค่าน้ำหนักองค์ประกอบ หรือ Factor Loading และค่า Communalities

ตารางที่ 6.9 ปัจจัยตัวแปรสังเกต ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) และค่า Communalities

| ตัวแปรสังเกต | ข้อความ | ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ | ค่า Communalities |
|---|--|---|----------------------|
| ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | | | |
| 1. การทำกำไร (Profitability) | กำไรสุทธิ (Net Profit) | 0.862 | 0.823 |
| | ผลตอบแทนการลงทุน (ROI) | 0.849 | 0.794 |
| | กำไรต่อราคาขาย (ROS) | 0.843 | 0.716 |
| | ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) | 0.837 | 0.789 |
| | กำไรขั้นต้น (Gross Profit) | 0.687 | 0.644 |
| 2. การเติบโต (Growth) | การเติบโตของยอดขาย (Sales Growth) | 0.917 | 0.875 |
| | การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) | 0.878 | 0.826 |
| | การเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (Employee Growth) | 0.763 | 0.657 |
| | การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด (Market Share Growth) | 0.729 | 0.702 |
| 3. ความอยู่รอด (Survival) | อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน (Current Ratio) | 0.900 | 0.880 |
| ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ | | | |
| 1. การบันดาลใจ (Inspiration) | พนักงานมักจะนำเสนอแนวคิดใหม่ๆในการทำงานให้ ท่านเป็นผู้ตัดสินใจ (New Idea) | 0.844 | 0.724 |
| | พนักงานได้ปฏิบัติหน้าที่เกินกว่างานที่ท่านได้ มอบหมายอยู่เป็นประจำ (Devotion) | 0.804 | 0.698 |
| | พนักงานได้รับการสื่อสารบอกกล่าวจากท่านถึง วัตถุประสงค์ของบริษัทจนเป็นที่เข้าใจเสมอ (Communication) | 0.575 | 0.681 |
| | ท่านและพนักงานได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายในการ ทำงานร่วมกัน (Target Setting) | 0.513 | 0.485 |
| | 2. การโน้มน้าว (Influence) | พนักงานมีความมั่นใจในการทำงานให้กับบริษัทเสมอ (Commitment) | 0.834 |
| พนักงานยึดถือเอาตัวท่านเป็นแบบอย่างในการทำงาน (Role Model) | | 0.752 | 0.724 |
| วิสัยทัศน์ธุรกิจของท่านได้รับการยอมรับหรือเห็นด้วย จากผู้ร่วมงาน (Visionary) | | 0.683 | 0.485 |

ตารางที่ 6.9 (ต่อ)

| ตัวแปรสังเกต | ข้อความ | ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ | ค่า Communality |
|--|---|--------------------------|--------------------|
| 3. การจูงใจ (Motivation) | การร่วมมือกันทำงานเป็นทีมของพนักงานนั้นเกิดมาจากการสั่งการของท่าน (Teamwork) | 0.866 | 0.751 |
| | พนักงานได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจนสามารถทำงานได้ตามที่มอบหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ (Facilitation) | 0.520 | 0.502 |
| | ท่านได้แนะนำวิธีการทำงานให้กับพนักงาน จนงานนั้นประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย (Advice) | 0.544 | 0.584 |
| การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ | | | |
| 1. การนวัตกรรม (Innovative) | ใน 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการใหม่เป็นจำนวนมาก (Frequent New Product) | 0.843 | 0.726 |
| | การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว (Product Change) | 0.794 | 0.673 |
| | โดยส่วนมากแล้ว บริษัทจะเป็นเจ้าแรกที่นำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ หรือใช้เทคนิควิธีการผลิตใหม่ หรือใช้การบริหารจัดการใหม่ (Speed of Introduction) | 0.746 | 0.717 |
| | โดยทั่วไปแล้วบริษัทจะริเริ่มสิ่งใหม่ที่ทำให้คู่แข่งเป็นผู้ตอบโต้ (Lead competition) | 0.651 | 0.703 |
| | บริษัทมักเลือกใช้วิธีการที่ทำให้คู่แข่งไม่สามารถมาทำการแข่งขันได้อีก (Beat Competition) | 0.560 | 0.581 |
| | บริษัทจะแสดงออกอย่างกล้า และใช้แนวทางเชิงรุก เพื่อเพิ่มโอกาสสูงสุดจากการใช้โอกาสที่มีอยู่ (Aggressive Orientation) | 0.905 | 0.849 |
| 2. การกล้าเสี่ยง (Risk) | เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ บริษัทกล้าที่จะดำเนินการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน (Quick Change) | 0.847 | 0.760 |
| | บริษัทมักจะชอบเลือกทำในสิ่งที่เสี่ยง เพื่อหวังทำกำไรสูงๆ (Risk Taking) | 0.798 | 0.675 |
| | บริษัทให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อ การทำการวิจัยและพัฒนา การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และการสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ (Fast R and D) | 0.852 | 0.802 |
| 3. การรุกในธุรกิจ (Proactive) | | | |

ตารางที่ 6.9 (ต่อ)

| ตัวแปรสังเกต | ข้อความถาม | ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ | ค่า Communality |
|--|--|--------------------------|--------------------|
| การรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ | | | |
| 1. ความรู้ที่มี (Knowledge) | ท่านมองเห็น โอกาสธุรกิจใหม่ๆ ในระหว่างการทำงาน ประจำวันจากความรู้ที่มีภายในตัวของท่าน (Alertness) | 0.834 | 0.705 |
| | ท่านจัดได้ว่าเป็นนักฉวยโอกาสทันทีเมื่อมีโอกาทาง ธุรกิจผ่านเข้ามา(Opportunism) | 0.735 | 0.609 |
| | ท่านมองเห็น โอกาสธุรกิจใหม่ๆ ในระหว่างการทำงาน ประจำวันจากความรู้ที่มีภายในตัวของท่าน (Observation) | 0.754 | 0.569 |
| | เมื่อท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ท่านมักจะเห็น โอกาสทาง ธุรกิจที่แตกต่างออกไปจากเดิมเสมอ (Perception) | 0.700 | 0.633 |
| | โอกาสทางธุรกิจที่ท่านค้นพบ เกิดมาจากความรู้ด้าน การตลาด ด้านการผลิต และความเข้าใจต่อปัญหาของ ลูกค้า (Learning) | 0.695 | 0.658 |
| 2. การเชื่อมโยง กับสังคม (Social Linkage) | การรับรู้โอกาสทางธุรกิจมักได้มาจากการ การเข้า ประชุมสัมมนา จาก เพื่อน ครอบครัว และจากซัพ พลายเออร์ (Social Network) | 0.805 | 0.675 |
| | แนวคิดของธุรกิจเป็นเรื่องที่อุบัติขึ้น โดยบังเอิญ เป็น สิ่งที่ทำให้มองเห็นแนวทางในการทำธุรกิจใหม่ (Accidental Finding) | 0.780 | 0.612 |
| | การพบปะสนทนากับผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่าน ได้เห็น โอกาสทางธุรกิจ (Business Association) | 0.664 | 0.568 |
| 3. ประสบการณ์ (Experience) | โอกาสของธุรกิจใหม่เกิดขึ้นเมื่อได้เข้ามาสู่ธุรกิจของ สินค้านั้นแล้ว (On-going Business) | 0.776 | 0.652 |
| | โอกาสทางธุรกิจที่ได้รับรู้ ในช่วงเวลาที่ผ่าน มีความ แตกต่างไปจากสิ่งที่ท่านได้เคยคิดเอาไว้แต่แรก (Diversification) | 0.710 | 0.614 |
| การบริหารจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ | | | |
| 1. การใช้ ประโยชน์ | บริษัทของท่านมักจะปรับตัวในการผลิตสินค้าใหม่ หรือการค้าเนินธุรกิจจากทรัพยากรที่มีอยู่ได้ก่อน | 0.874 | 0.791 |

ตารางที่ 6.9 (ต่อ)

| ตัวแปรสังเกต | ข้อความถาม | ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ | ค่า Communality |
|---|--|--------------------------|--------------------|
| ทรัพยากร (Utilization) | องค์การอื่นเสมอ (Adaptation) ท่านสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่พัฒนาสินค้าและ บริการใหม่ที่แตกต่างออกไปจากเดิมได้ (Alternative Use) | 0.836 | 0.732 |
| | บริษัทของท่านมีอุปกรณ์หรือความชำนาญพิเศษ เฉพาะตัว ที่บริษัทอื่นไม่มีในการผลิตสินค้าประเภท เดียวกัน (Skillfulness) | 0.757 | 0.610 |
| 2. ความพร้อม ของทรัพยากร (Availability) | ทรัพยากรที่จัดหาได้ส่วนมากแล้วมีต้นทุนที่เหมาะสม ตามที่ต้องการ (Cost Acceptance) | 0.831 | 0.723 |
| | บริษัทของท่านสามารถจัดหาทรัพยากร ที่มีความ จำเป็นในการทำธุรกิจ ได้อย่างเพียงพอ (Supply Sufficiency) | 0.807 | 0.679 |
| | บริษัทของท่านสามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการได้ จากทรัพยากรที่มี (Applicability) | 0.597 | 0.619 |
| | ทรัพยากรที่ท่านมีสามารถนำมาสร้างความแตกต่างให้ สินค้าของท่านได้ (Differentiation Use) | 0.589 | 0.571 |
| 3. การปกป้อง ทรัพยากร (Acquisition) | คู่แข่งสามารถใช้ทรัพยากรที่แตกต่างผลิตสินค้าได้ เหมือนกับของท่าน (Substitution) | 0.744 | 0.557 |
| | คู่แข่งมีความสามารถในการแข่งขันจัดหาทรัพยากรเพื่อ นำมาไปในการทำผลิตหรืองานบริการแข่งกับบริษัท ของท่านได้ (Competitive Procurement) | 0.777 | 0.607 |
| 4. การลอกเลียน ทรัพยากร (Imitability) | การลอกเลียนแบบวิธีการผลิต การจัดหาอุปกรณ์ วัตถุดิบหรือการจัดหาบุคลากรในการทำธุรกิจ เช่นเดียวกันกับบริษัทของท่านกระทำได้ง่าย ใครง่าย ก็ทำได้ (Imitation) | 0.867 | 0.808 |
| | ถ้าบริษัทอื่นต้องการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือ ใช้วัตถุดิบ ให้เหมือนกับบริษัทของท่านจะต้อง ลงทุนปรับปรุงบริษัทเพิ่มเติม (Switching Cost) | 0.516 | 0.469 |

6.2.2 การทดสอบความเป็นปกติของตัวแปร (Normality Test) และการทดสอบความผันแปรร่วม (Multicollinearity)

ในการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวการทดสอบความเป็นปกตินั้นมีความซับซ้อนและกระทำได้ยาก ในเบื้องต้นการทดสอบความเป็นปกติของตัวแปรแต่ละตัวว่ามีความเป็นปกติถือว่าเพียงพอต่อการทดสอบความเป็นปกติของตัวแปรหลายตัว (Hair, et al., 2006, p. 80) การทดสอบความเป็นปกติของตัวแปร หมายถึงการที่ตัวแปรแต่ละตัวมีลักษณะของการกระจายแบบปกติ (Normal Distribution) ซึ่งทำการทดสอบนั้นมี 2 กลุ่มวิธี กลุ่มวิธีแรกเป็นการทดสอบโดยใช้แผนภูมิฮิสโตแกรม (Histogram) ร่วมกับกราฟความน่าจะเป็นปกติ (Normal Probability Plot) ตรวจสอบว่าข้อมูลมีลักษณะการกระจายตัวคล้ายรูปประฆังคว่ำ และตรวจสอบว่าค่าความเบ้ (Skewness) กับค่าความโด่ง (Kurtosis) ของข้อมูลเมื่อเปรียบเทียบกับ การกระจายตัวแบบปกตินั้นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้หรือไม่ จากข้อมูลของตัวแปรสังเกตทั้ง 16 ตัวมีแผนภูมิฮิสโตแกรม ลักษณะใกล้เคียงกับรูปประฆังคว่ำ และมีค่าเฉลี่ยมีค่าใกล้เคียงกับค่ามัธยฐาน อย่างไรก็ตามเมื่อทดสอบด้วยสถิติทดสอบ Kolmogorov-Smirnov Test พบว่าข้อมูลเหล่านี้มีการกระจายไม่เป็นปกติทุกตัว บางตัวแปรมีความเบ้ และ บางตัวแปรมีความโด่ง จึงได้ทำการแปลงข้อมูล (Transformation) จนมีค่าใกล้เคียงกับการกระจายตัวแบบปกติมากที่สุด (Hair, et al., 2006) จนสามารถนำไปวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้างได้ต่อไป ตารางที่ 6.10 แสดงการทดสอบการกระจายแบบปกติของตัวแปรสังเกตและการแก้ไข

การทดสอบความผันแปรร่วม (Multicollinearity) เพื่อเป็นการยืนยันว่าตัวแปรสังเกตที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ไม่มีการผันแปรร่วมกันระหว่างตัวแปรสังเกตจนเกิดความยุ่งยากในการตีความหมายของการวิเคราะห์ที่ตัวแปรอิสระมีต่อตัวแปรตาม สำหรับการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้างการทดสอบความผันแปรร่วมระหว่างตัวแปรสังเกตนั้นกระทำได้โดยสังเกตว่าเมื่อมีการเพิ่มตัวแปรสังเกตหรือตัวแปรอิสระเข้าไปแล้วไม่ทำให้ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรต่างๆเปลี่ยนแปลงไป (Hair, et al., 2006) แต่ในการตรวจสอบเบื้องต้นการทดสอบความผันแปรร่วมทำได้โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างคู่ตัวแปร (Bivariate Correlation) ซึ่งแต่ละคู่ไม่ควรมีความสัมพันธ์ร่วมกันมากเกินไป ตารางที่ 6.11 แสดงค่า ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรสังเกต (Bivariate Correlation) พบว่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างคู่ตัวแปรมีค่าไม่เกิน 0.5 แสดงว่าตัวแปรสังเกตไม่มีความผันแปรร่วมกัน

ตารางที่ 6.10 การทดสอบการกระจายแบบปกติของตัวแปรสังเกตและการแปลงข้อมูล

| ตัวแปรสังเกต | | Skewness | | Kurtosis | | ค่าทดสอบ Normality | | ลักษณะของการกระจายข้อมูล | วิธีแปลงข้อมูล |
|----------------------|-------------|------------|---------|------------|---------|--------------------|-------|-------------------------------|----------------|
| | | Statistics | z Value | Statistics | z Value | Statistics | Sig. | | |
| การทำกำไร | ค่าเริ่มต้น | 1.682 | 7.678 | 10.019 | 22.866 | 0.142 | 0.000 | Positive Skewness, Peakedness | |
| | หลังการแปลง | -0.707 | -3.227 | 2.154 | 4.916 | 0.179 | 0.000 | Almost Normal Distribution | Ln(Squared) |
| การเติบโต | ค่าเริ่มต้น | -0.164 | -0.751 | -0.838 | -1.913 | 0.077 | 0.063 | Almost Normal Distribution | None |
| ความอยู่รอด | ค่าเริ่มต้น | 0.199 | 0.907 | -0.402 | -0.918 | 0.172 | 0.000 | Almost Normal Distribution | None |
| การบันดาคาใจ | ค่าเริ่มต้น | 0.059 | 0.269 | -0.356 | -0.813 | 0.049 | 0.200 | Normal Distribution | N/A |
| การโน้มน้ำหนัก | ค่าเริ่มต้น | -0.165 | -0.755 | 0.977 | 2.229 | 0.082 | 0.038 | Normal Distribution | N/A |
| การจูงใจ | ค่าเริ่มต้น | 0.384 | 1.754 | -0.127 | -0.289 | 0.093 | 0.011 | Normal Distribution | N/A |
| การนวัตกรรมการ | ค่าเริ่มต้น | -0.459 | -2.096 | 0.155 | 0.353 | 0.060 | 0.200 | Normal Distribution | N/A |
| การกล้าเสี่ยง | ค่าเริ่มต้น | 0.096 | 0.440 | -0.459 | -1.047 | 0.079 | 0.054 | Normal Distribution | N/A |
| การรุกในธุรกิจ | ค่าเริ่มต้น | -0.021 | -0.096 | -1.155 | -2.635 | 0.138 | 0.000 | Peakedness | |
| ความรู้ที่มี | ค่าเริ่มต้น | -0.819 | -3.740 | 0.648 | 1.480 | 0.109 | 0.001 | Negative Skewness | Squared Term |
| | Transformed | 0.325 | 1.483 | 0.211 | 0.482 | 0.096 | 0.007 | Almost Normal Distribution | |
| การเชื่อมโยงกับสังคม | ค่าเริ่มต้น | -0.559 | -2.551 | -0.014 | -0.033 | 0.098 | 0.005 | Negative Skewness | Squared Term |
| | Transformed | -0.014 | -0.064 | -0.684 | -1.561 | 0.083 | 0.036 | Normal Distribution | |
| ประสบการณ์ | ค่าเริ่มต้น | -0.752 | -3.432 | -0.054 | -0.124 | 0.174 | 0.000 | Negative Skewness | Squared Term |
| | Transformed | -0.219 | -1.000 | 0.742 | 1.693 | 0.152 | 0.006 | Almost Normal Distribution | |

ตารางที่ 6.10 (ต่อ)

| ตัวแปรสังเกต | | Skewness | | Kurtosis | | ค่าทดสอบ Normality | | ลักษณะของการกระจายข้อมูล | วิธีแปลงข้อมูล |
|----------------|-------------|------------|---------|------------|---------|--------------------|-------|----------------------------|----------------|
| | | Statistics | z Value | Statistics | z Value | Statistics | Sig. | | |
| การใช้ประโยชน์ | ค่าเริ่มต้น | -0.726 | -3.312 | 0.334 | 0.761 | 0.100 | 0.004 | Negative Skewness | Squared Term |
| | Transformed | -0.527 | -2.405 | 0.223 | 0.509 | 0.100 | 0.004 | Almost Normal Distribution | |
| ความพร้อม | ค่าเริ่มต้น | -1.027 | -4.689 | 0.711 | 1.622 | 0.137 | 0.000 | Negative Skewness | Squared Term |
| | Transformed | -0.350 | -1.598 | -0.636 | -1.451 | 0.128 | 0.000 | Almost Normal Distribution | |
| การปกป้อง | ค่าเริ่มต้น | 0.348 | 1.588 | -0.424 | -0.967 | 0.104 | 0.002 | Almost Normal Distribution | None |
| การลอกเลียน | ค่าเริ่มต้น | 0.050 | 0.230 | -1.365 | -3.116 | 0.171 | 0.000 | Peakedness | None |

ตารางที่ 6.11 ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรสังเกต (Bivariate Correlation)

| | Mean | SD | α | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
|--|--------|--------|----------|--------|--------|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|------|
| ผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 การทำกำไร | 4.49 | 0.63 | 0.906 | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 การเติบโต | 12.70 | 4.58 | 0.874 | .437** | 1.00 | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 ความอยู่รอด | 3.27 | 1.46 | 1.000 | .431** | .272** | 1.00 | | | | | | | | | | | | | |
| ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 การมั่นคงใจ | 11.80 | 2.55 | 0.762 | .145 | .194* | .063 | 1.00 | | | | | | | | | | | | |
| 5 การโน้มน้าว | 10.6 | 2.12 | 0.628 | .235** | .159 | .193* | .475** | 1.00 | | | | | | | | | | | |
| 6 การจูงใจ | 9.55 | 1.54 | 0.740 | .238** | .154 | .039 | .502** | .487** | 1.00 | | | | | | | | | | |
| การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 การนวัตกรรม | 16.43 | 4.42 | 0.818 | .055 | .156 | .135 | .340** | .514** | .266** | 1.00 | | | | | | | | | |
| 8 การกล้าเสี่ยง | 9.74 | 3.74 | 0.856 | .201* | .204* | .105 | .335** | .287** | .171 | .384** | 1.00 | | | | | | | | |
| 9 การรุกในธุรกิจ | 3.70 | 1.55 | 1.000 | .049 | .051 | .042 | .237** | .190* | .217* | .291** | .349** | 1.00 | | | | | | | |
| การรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 10 ความรู้ที่มี | 403.05 | 123.33 | 0.814 | .136 | .181* | .009 | .331** | .349** | .352** | .398** | .408** | .328** | 1.00 | | | | | | |
| 11 การเชื่อมโยงกับสังคม | 132.79 | 54.07 | 0.648 | .138 | .073 | -.062 | .057 | -.007 | .017 | -.048 | .081 | .042 | .231** | 1.00 | | | | | |
| 12 ประสิทธิภาพ | 56.01 | 24.20 | 0.509 | .037 | .012 | .023 | .091 | .131 | .144 | .120 | .159 | .225* | .268** | .341** | 1.00 | | | | |
| การบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 การใช้ประโยชน์ | 157.81 | 71.60 | 0.807 | .159 | .137 | .057 | .350** | .469** | .353** | .491** | .275** | .244** | .464** | .056 | .263** | 1.00 | | | |
| 14 ความพร้อม | 229.07 | 77.93 | 0.747 | .135 | .094 | .163 | .264** | .362** | .333** | .267** | .214* | .133 | .373** | .184* | .153 | .421** | 1.00 | | |
| 15 การปกป้อง | 5.43 | 1.98 | 0.164 | .177* | .085 | .211* | -.019 | .066 | .107 | .054 | .132 | -.016 | -.049 | -.127 | .054 | -.032 | -.015 | 1.00 | |
| 16 การลอกเลียน | 3.43 | 1.68 | 0.422 | .226* | .206* | .049 | .019 | .159 | .044 | .169 | .074 | -.021 | .098 | -.073 | -.066 | .086 | -.072 | 0.127 | 1.00 |

หมายเหตุ: * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

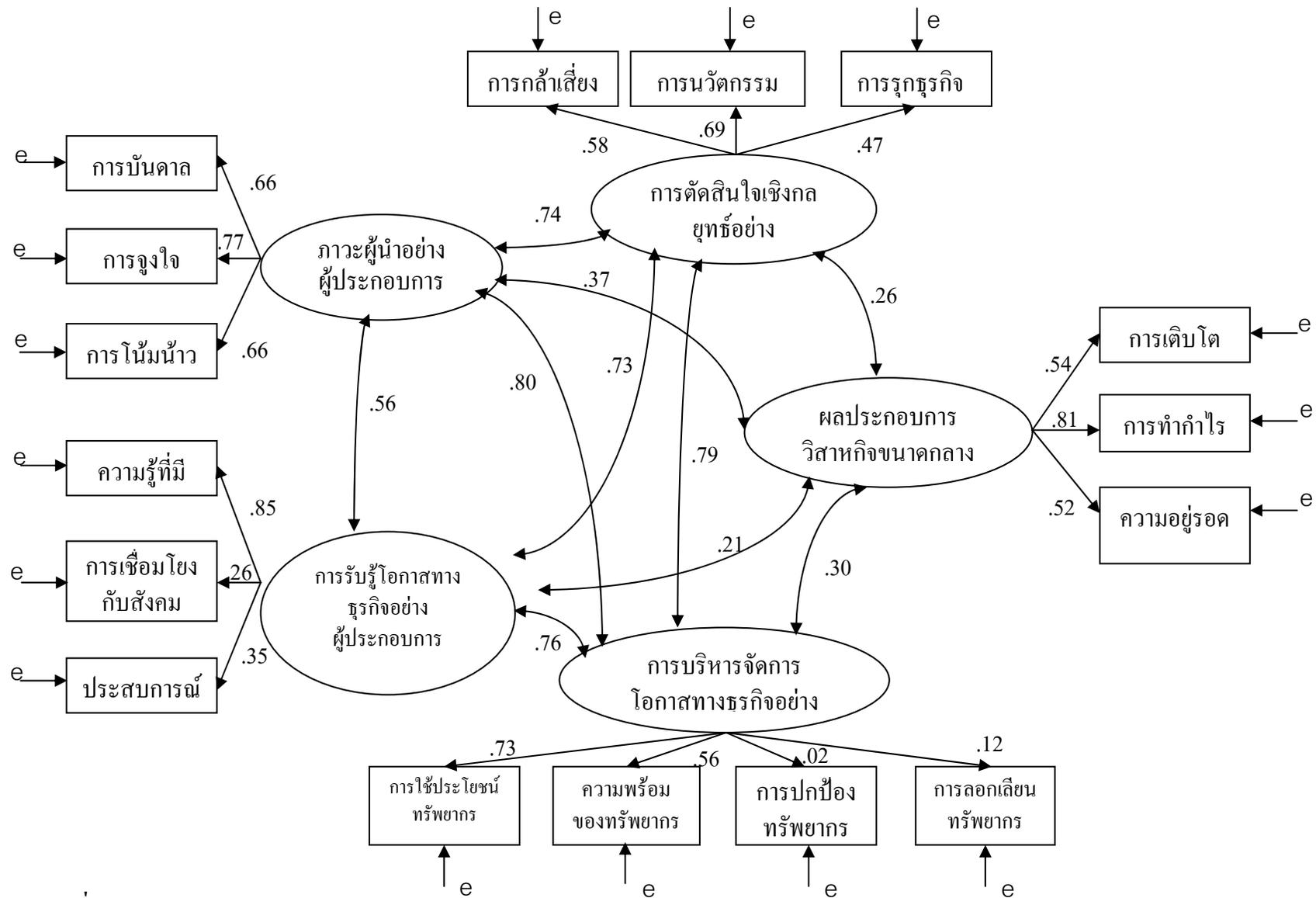
6.2.3 การวิเคราะห์ตัวแบบการวัด (Measurement Model)

การทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีและงานวิจัยที่ผ่านมา (บทที่ 3) จนสามารถพัฒนาเป็นกรอบการวิจัย (บทที่ 4) ซึ่งมีตัวสร้างแฝงที่ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตที่กระจายออกเป็นข้อคำถามเพื่อทำการสำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (บทที่ 5) ข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจได้ถูกตรวจสอบและสร้างเป็นตัวแปรสังเกต และถูกตรวจสอบความเหมาะสมว่ามีคุณลักษณะการกระจายที่เป็นปกติ (Normal Distribution) และไม่มีความสัมพันธ์ร่วมระหว่างกันสูง (Multicollinearity) สามารถนำมาใช้กับการวิเคราะห์โดยโปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้าง ความเหมาะสมของตัวสร้างแฝงและตัวแปรสังเกตทุกตัวในกรอบการวิจัยจะถูกทดสอบเพื่อทำการยืนยันว่าตัวสร้างแฝงที่ได้มาจากตัวแปรสังเกตมีความแม่นยำหรือไม่ ตัวแปรสังเกตใดที่สามารถนำมาใช้ในการวัดตัวสร้างแฝงได้ และคุณสมบัติของตัวแปรสังเกตเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาจากลักษณะของตัวสร้างแฝง (Reflective Indicators) ไม่ใช่บ่งบอกถึงลักษณะของตัวสร้างแฝง (Formative Indicators) (Hair, et al., 2006)

ในการทดสอบยืนยันว่าตัวแปรสังเกตสามารถนำมาใช้วัดตัวสร้างแฝงได้อย่างถูกต้องเป็นไปตามทฤษฎีนั้น จะกระทำโดยวิธีการ Confirmatory Factor Analysis (CFA) โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modelling - SEM) ตัวแบบในการวิเคราะห์ CFA จะนำเอาตัวสร้างแฝงทุกตัวที่ระบุตัวแปรสังเกตที่ได้มาจากขั้นตอน EFA มาสร้างเป็นตัวแบบ CFA (ดูภาพที่ 6.1) โดยมีลูกศรชี้จากตัวสร้างแฝงไปยังตัวแปรสังเกต ในการทดสอบตัวแบบการวัด ตัวสร้างแฝงทุกตัวจะมีเส้นแสดงความสัมพันธ์ร่วมระหว่างกัน (ลูกศรสองทาง) และตัวแปรสังเกตทุกตัวจะมีค่าความผิดพลาด (error, e) กำกับอยู่ รายละเอียดตัวสร้างแฝงและตัวแปรสังเกตประกอบด้วย

1. ตัวสร้างแฝงผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วัดด้วยตัวแปรสังเกต การเติบโต การทำกำไร และความอยู่รอด
2. ตัวสร้างแฝงภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ วัดด้วยตัวแปรสังเกต การบันทึกลงใจ การจูงใจ และการโน้มน้าว
3. ตัวสร้างแฝงการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ วัดด้วยตัวแปรสังเกต การกล้าเสี่ยง การนวัตกรรม และการรุกในธุรกิจ
4. ตัวสร้างแฝงการรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ วัดด้วยตัวแปรสังเกต ความรู้ที่มีอยู่ การเชื่อมโยงกับสังคม และประสบการณ์
5. ตัวสร้างแฝงการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ วัดด้วยตัวแปรสังเกต การใช้ประโยชน์จากทรัพยากร ความพร้อมของทรัพยากร การปกป้องทรัพยากร และการหลีกเลี่ยงทรัพยากร

ตัวแบบการวัด ข้างต้นมีจำนวนข้อมูลที่เพียงพอต่อการวิเคราะห์คำนวณคือไม่ทำให้เกิดปัญหาทำให้โปรแกรมไม่สามารถหาคำตอบให้กับตัวแบบได้ (Identification Problem) โดยพิจารณาจากระดับค่า Degree of Freedom (df) ของตัวแบบว่ามีค่าเพียงพอจากสมการ $df = [(p)(p+1)/2] - k$ (Hair, et al., 2006) จากจำนวนค่าตัวแปรสังเกต (p) จำนวน 16 ตัวและจำนวนค่า parameter (k) ที่โปรแกรมต้องประมาณค่า 42 parameter (จำนวนค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 16 ค่า, ค่าความผิดพลาด 16 ค่า และค่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างแฝง 10 ค่า) ออกมา พบว่าตัวแบบมีค่า $df = ((16 \times 17)/2 - 42) = 94$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 แสดงว่าตัวแบบมีความเพียงพอต่อการคำนวณเพื่อหาผลการวิเคราะห์คำตอบได้



ภาพที่ 6.1 ตัวแบบการวัด

6.2.3.1 ผลการทดสอบตัวแบบการวัด

โดยการนำเอาข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบแล้วจำนวน 125 วิสาหกิจมาทดสอบตัวแบบการวัด ใช้โปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้าง AMOS Version7 โดยยึดเกณฑ์การทดสอบตามหนังสือ Multivariate Data Analysis, 6th Edition (Hair, et al., 2006) ปรากฏผลการทดสอบ (คุณภาพผนวกที่ 3) ดังนี้

1. การตรวจสอบความสอดคล้องภาพรวม (Overall Fit) เป็นวิธีการตรวจสอบเพื่อยืนยันว่าตัวแบบการวัดมีความสามารถในการสร้างค่าความผันแปรร่วมที่ยอมรับได้ให้กับกลุ่มตัวแปรสังเกตในตัวแบบการวัดได้ เริ่มต้นจากค่า Chi-Square (χ^2) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงความแตกต่างระหว่างความผันแปรร่วมสังเกตกับความผันแปรร่วมที่ประเมินค่าขึ้น มีค่า 114.938 ที่ Degree of Freedom (*df*) 94 ที่ค่าสถิติทดสอบ (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.07 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่าค่าความแตกต่างของความผันแปรร่วมที่สำรวจได้กับค่าความผันแปรร่วมที่ประเมินขึ้น โดยโปรแกรมวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างมีค่าน้อยและความแตกต่างนี้ก็ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งมีความหมายว่าตัวแบบการวัดสามารถประเมินค่า Parameter ที่ต้องการได้ ต่อมาในการพิจารณาความสอดคล้องของตัวแบบการวัด หรือ Goodness of Fit (GOF) ตัวอื่นๆซึ่งประกอบด้วยดัชนี Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) ซึ่งเป็นการตรวจสอบว่าค่าความคลาดเคลื่อนของค่าที่ประมาณมีค่าระดับต่ำในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ผลการคำนวณค่า RMSEA = 0.042 เป็นค่าที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดที่ 0.08 ดัชนีถัดไปคือ Comparative Fit Index (CFI) บ่งชี้ถึงระดับความสอดคล้องเมื่อพิจารณาจากค่า Chi-Square ที่เพิ่มขึ้นจากเดิม ค่า CFI ที่คำนวณได้คือ 0.942 ต่ำกว่าเกณฑ์การยอมรับได้ที่ 0.95 เล็กน้อย และเมื่อพิจารณาค่าดัชนี Goodness-of-Fit Index (GFI) เป็นดัชนีที่ชี้ให้เห็นว่าค่า Parameter ที่ประเมินค่าขึ้นมาได้ทำให้ตัวแบบการวัดเหมาะสมเมื่อเทียบกับก่อนการประเมินค่า Parameter ค่า GFI ที่วัดได้คือค่า 0.899 ต่ำกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.90 เล็กน้อย

2. การตรวจสอบความแม่นยำของตัวสร้าง (Construct Validity) แม้ว่าการตรวจสอบความแม่นยำของข้อคำถามจะได้ผ่านการดำเนินการมาแล้ว แต่สำหรับการทำ Confirmatory Factor Analysis การวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างมีความจำเป็นต้องตรวจสอบความแม่นยำของตัวสร้างที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเพื่อเป็นการยืนยันว่าตัวแปรสังเกตนั้นมีความสามารถในการเป็นตัวแทนของตัวสร้างแฝงได้ตามทฤษฎีที่ทบทวนวรรณกรรมมา เกณฑ์การพิจารณาการตรวจสอบแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มแรกเป็นความแม่นยำในการเป็นตัวสร้าง (Convergent Validity) แบ่งออกเป็น ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings), ความผันแปรสกัดเฉลี่ย (Average Variance Extracted - AVE) และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง (Construct Reliability -

CR) และกลุ่มที่สองคือความแม่นยำในการจำแนก (Discriminant Validity) แบ่งออกเป็น การตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้าง (Bivariate Correlation) และการเปรียบเทียบค่าความผันแปรสกัดเฉลี่ยกับค่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างยกกำลังสอง และกลุ่มที่สามคือความแม่นยำเชิงเหตุผล (Nomological Validity) เป็นการตรวจสอบว่าความสัมพันธ์ร่วมของตัวสร้างในตัวอย่างนั้นมีความสัมพันธ์ที่เป็นเหตุผลกัน

ในการทดสอบความแม่นยำในการเป็นตัวสร้าง อันดับแรกพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (λ) ของแต่ละตัวแปรสังเกตที่มีต่อตัวสร้างแฝง เกณฑ์การยอมรับคือควรมีค่ามากกว่า 0.5 หรือถ้าสูงกว่า 0.7 ได้ก็เป็นการดี

$$\text{ความผันแปรสกัดเฉลี่ย คำนวณจากสูตร AVE} = \frac{\sum_{i=1}^n \lambda_i^2}{n} \text{ เกณฑ์การยอมรับเบื้องต้นคือ 0.5}$$

$$\text{ค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง CR} = \frac{\left[\sum_{i=1}^n \lambda_i \right]^2}{\left[\sum_{i=1}^n \lambda_i \right]^2 + \left[\sum_{i=1}^n \delta_i \right]} \text{ เกณฑ์การยอมรับเบื้องต้นคือ 0.7}$$

โดยที่ λ คือค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน, n = จำนวนตัวแปรสังเกตของแต่ละตัวสร้างแฝง, δ คือ ความแปรปรวนคลาดเคลื่อนของแต่ละตัวแปรสังเกต

ตารางที่ 6.12 แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน, ความผันแปรสกัดเฉลี่ย, และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง ผลการพิจารณาจะเห็นว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานที่ต่ำกว่าเกณฑ์ยอมรับ 0.5 อยู่ 5 ตัวแปรสังเกตประกอบด้วย การรุกในธุรกิจ, การเชื่อมโยงกับสังคม, ประสิทธิภาพ, การปกป้อง, และการลอกเลียนทรัพย์สิน ตัวแปรสังเกตเหล่านี้มีความแม่นยำในการทำให้ตัวสร้างแฝงมีความถูกต้องน้อยกว่าเกณฑ์ยอมรับได้ อาจจะต้องตัดออกเพื่อให้ตัวแบบทดสอบมีความสอดคล้องที่ดีขึ้น สำหรับความผันแปรสกัดเฉลี่ย นั้นทุกตัวมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ยอมรับได้ 0.5 ทุกตัวสร้างแฝง โดยตัวสร้างแฝงภาวะผู้นำมีค่าใกล้เคียง 0.5 มากที่สุด และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้างมีเพียงตัวสร้างภาวะผู้นำที่มีค่าเกินเกณฑ์ยอมรับได้ที่ 0.7 และตัวสร้างผลประกอบการ และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีค่าที่ 0.665 และ 0.604 ตามลำดับ

ตารางที่ 6.12 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ความผันแปรสัดเฉลี่ย และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง

| | ผล ประกอบการ | ภาวะผู้นำ | การตัดสินใจ เชิงกลยุทธ์ | การรับรู้ โอกาส | การบริหาร จัดการโอกาส |
|----------------------|-----------------|-----------|----------------------------|--------------------|--------------------------|
| การทำกำไร | 0.815 | | | | |
| การเติบโต | 0.540 | | | | |
| ความอยู่รอด | 0.520 | | | | |
| การบันดาคใจ | | 0.658 | | | |
| การโน้มน้ำว | | 0.765 | | | |
| การจูงใจ | | 0.656 | | | |
| การนวัตกรรม | | | 0.691 | | |
| การกล้าเสี่ยง | | | 0.578 | | |
| การรุกในธุรกิจ | | | 0.465 | | |
| ความรู้ที่มี | | | | 0.847 | |
| การเชื่อมโยงกับสังคม | | | | 0.258 | |
| ประสบการณ์ | | | | 0.354 | |
| การใช้ประโยชน์ | | | | | 0.733 |
| ความพร้อม | | | | | 0.559 |
| การปกป้อง | | | | | 0.019 |
| การลอกเลียนแบบ | | | | | 0.116 |
| AVE | 0.409 | 0.483 | 0.343 | 0.303 | 0.216 |
| CR | 0.665 | 0.736 | 0.604 | 0.504 | 0.394 |

ผลจากการตรวจนี้ทำให้ต้องพิจารณาว่าสมควรที่จะต้องนำตัวแปรสังเกตใดออกจากตัวแบบการวัดเพื่อให้ตัวแบบการวัดมีค่าความสอดคล้องที่ดีขึ้น และทำให้ค่าความแม่นยำในการเป็นตัวสร้างดีขึ้นด้วย

ในการพิจารณาความแม่นยำในการจำแนก เป็นการพิจารณาค่า ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างซึ่งต้องมีค่าที่ไม่ใกล้เคียง 1.0 และการเปรียบเทียบค่าความผันแปรสัดเฉลี่ยกับค่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างยกกำลังสอง ซึ่งค่าความผันแปรสัดเฉลี่ยควรมีค่าสูงกว่าค่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างยกกำลังสองเพื่อแสดงว่าตัวสร้างแฝงสามารถอธิบายตัวแปรสังเกตได้ดีกว่าการนำไปอธิบายตัวสร้างแฝงตัวอื่น ตารางที่ 6.13 แสดงค่าความสัมพันธ์ร่วม

มาตรฐานระหว่างตัวสร้าง และการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ร่วมมาตรฐานระหว่างตัวสร้างยกกำลังสองกับค่าความผันแปรสก็ดเฉลี่ย พบว่า ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างนั้นมีค่าสูงสุดที่ 0.797 แสดงว่าตัวสร้างแฝงเหล่านี้มีระดับความจำแนกต่อกันที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าผันแปรสก็ดเทียบกับค่าความสัมพันธ์ร่วมยกกำลังสอง พบว่าตัวสร้างผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจำแนกอย่างชัดเจน ส่วนตัวสร้างอื่นการจำแนกความสัมพันธ์ร่วมกับตัวสร้างอื่น ไม่ชัดเจน

ตารางที่ 6.13 ค่าความสัมพันธ์ร่วมมาตรฐานระหว่างตัวสร้าง (Bivariate Correlation)

| | AVE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|-------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------|
| 1. ผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 0.409 | 1 | 0.136 | 0.066 | 0.042 | 0.092 |
| 2. ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ | 0.483 | 0.370 (0.015) | 1 | 0.545 | 0.315 | 0.635 |
| 3. การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ | 0.343 | 0.257 (0.078) | 0.740 (0.000) | 1 | 0.534 | 0.623 |
| 4. การรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ | 0.303 | 0.206 (0.115) | 0.561 (0.000) | 0.731 (0.000) | 1 | 0.582 |
| 5. การบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ | 0.216 | 0.303 (0.044) | 0.797 (0.000) | 0.789 (0.000) | 0.763 (0.000) | 1 |

หมายเหตุ: ตัวเลขเฉียงในวงเล็บคือสถิติ t-value

ตัวเลขที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมคือค่าความสัมพันธ์ร่วมยกกำลังสอง

ผลจากการทดสอบความแม่นยำในการจำแนกนี้ทำให้ต้องพิจารณาว่าสมควรที่จะต้องนำตัวแปรสังเกตได้ออกจากตัวแบบการวัดเพื่อให้ตัวแบบการวัดมีค่าความจำแนกของตัวสร้างที่ดีขึ้น

ในการพิจารณาความแม่นยำเชิงเหตุผล พิจารณาจากค่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างว่ามีความสัมพันธ์กันตามทฤษฎีหรือไม่ จากตารางที่ 6.13 ข้างต้นก็แสดงว่าตัวสร้างแฝงของภาวะผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับตัวสร้างผลการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญ ค่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างที่มีระดับนัยสำคัญน้อยที่สุดคือ ระหว่างผลประกอบการกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีความสัมพันธ์ร่วมที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.078

จากผลการทดสอบตัวแบบการวัดแสดงให้เห็นว่าตัวแบบการวัดตามภาพที่ 6.1 นั้นมีค่าความสอดคล้องที่น้อยกว่าเกณฑ์การยอมรับเล็กน้อย และเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกต จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ตัวแปรสังเกตการปกป้องและตัวแปรสังเกตการลอกเลียนแบบ ควรถูกตัดออกจากตัวแบบการวัด ส่วนตัวแปรสังเกต การรุกในธุรกิจการเชื่อมโยงกับสังคมประสบการณ์ แม้ว่าจะมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.5 แต่ยังไม่สมควรถูกตัดออกเพื่อไม่ทำให้ตัวแปรสังเกตมีความไม่สอดคล้องกับสิ่งที่ได้ทบทวนตามทฤษฎีทั้งหมด แต่ควรพิจารณาว่าเมื่อทำการทดสอบค่าความสอดคล้องอีกครั้งแล้ว ตัวแบบการวัดนี้มีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงการต่อไปหรือไม่

6.2.3.2 การทดสอบตัวแบบการวัดหลังการปรับปรุง

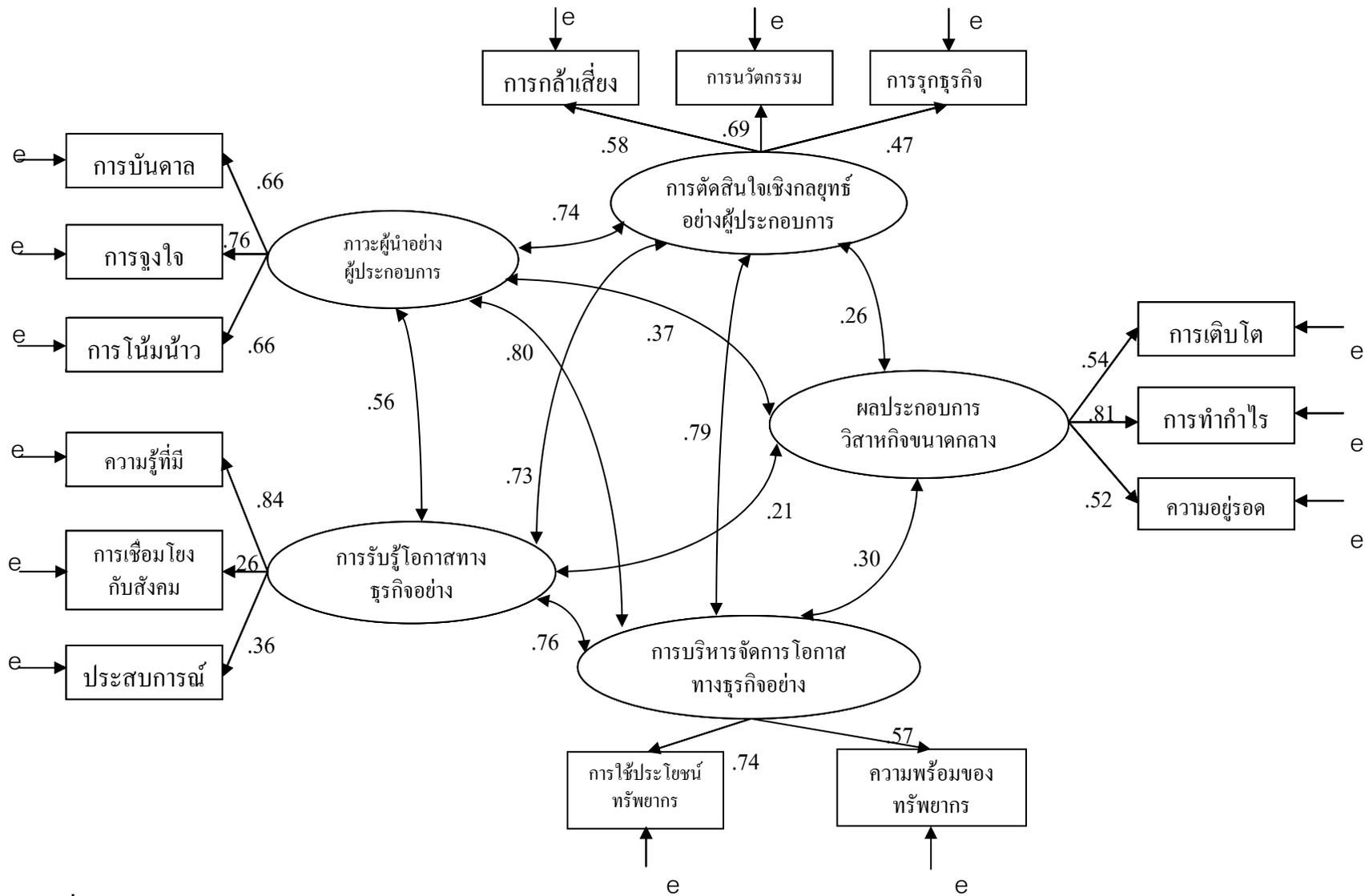
จากการทดสอบตัวแบบการวัดตามภาพที่ 6.1 ซึ่งประกอบด้วยตัวสร้างแฝงและตัวแปรสังเกตที่เกิดจากมาจากการทบทวนทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าค่าความสอดคล้องแม้ว่าจะมีค่า CFI และค่า GFI ต่ำกว่าเกณฑ์การยอมรับได้เล็กน้อย แต่กลับพบว่าในการตรวจสอบค่าความแม่นยำของตัวสร้าง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานที่ต่ำกว่าเกณฑ์ยอมรับ 0.5 อยู่ 5 ตัวแปรสังเกตประกอบด้วย การรุกในธุรกิจ, การเชื่อมโยงกับสังคม, ประสบการณ์, การปกป้อง, และการลอกเลียนแบบ ค่าความผันแปรสกัดเฉลี่ยทุกตัวมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์ยอมรับได้ที่ 0.5 ทุกตัวสร้างแฝง ค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้างมีเพียงตัวสร้างภาวะผู้นำที่มีค่าเกินเกณฑ์ยอมรับได้ที่ 0.7

ดังนั้นในการปรับปรุงตัวแบบการวัดเพื่อให้สอดคล้องกับทฤษฎีและเพื่อเป็นการปรับปรุงผลการทดสอบตัวแบบการวัด ควรพิจารณาคัดตัวแปรการปกป้องทรัพยากร และตัวแปรการลอกเลียนทรัพยากร เนื่องจากมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ต่ำมาก จะได้ตัวแบบการวัดใหม่ตามภาพที่ 6.2 ซึ่งตัวแบบนี้เมื่อผ่านการวิเคราะห์ (ดูภาคผนวกที่ 3) แล้วจะทำให้ตัวแบบการวัดผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องภาพรวม และปรับปรุงการตรวจสอบความแม่นยำตรงของตัวสร้างให้ดีขึ้นใกล้เกณฑ์การยอมรับมากขึ้น

การตรวจสอบความสอดคล้องภาพรวมพบว่าผ่านเกณฑ์การทดสอบ ได้ค่า Chi-Square (χ^2) ที่ 78.462 ที่ Degree of Freedom (df) 67 ที่ค่าสถิติทดสอบ (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.16 สูงกว่า 0.05 ซึ่งจากค่า Chi-Square ที่มีค่าน้อยลงแสดงว่าตัวแบบมีความสอดคล้องที่สูงขึ้น คำนี Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.037 เป็นค่าที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดที่ 0.08 คำนี Comparative Fit Index (CFI) = 0.968 สูงกว่าเกณฑ์การยอมรับได้ที่ 0.95 และ คำนี Goodness-of-Fit Index (GFI) = 0.920 สูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.90

เมื่อตรวจสอบความแม่นยำตรงของตัวสร้าง (ตารางที่ 6.14) ภายหลังจากตัดตัวแปรการปกป้องทรัพยากร และตัวแปรการลอกเลียนทรัพยากร ออกไปแล้ว ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ

มาตรฐานทุกตัวผ่านเกณฑ์การยอมรับที่ 0.5 ยกเว้นตัวแปรการรุกในธุรกิจ, การเชื่อมโยงกับสังคม, ประสิทธิภาพ ซึ่งมีค่าต่ำกว่าเกณฑ์การยอมรับ แต่ไม่ได้ถูกตัดออกจากตัวแบบการวัด เนื่องจากการ ทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีได้ยืนยันว่าตัวแปรทั้งสามนั้นเป็นตัวแปรสังเกตที่สำคัญของตัวสร้าง แฝงสำหรับความผันแปรสัดเฉลี่ย ทุกตัวมีค่าใกล้เคียงเกณฑ์ยอมรับได้ 0.5 มากขึ้นหรือเท่าเดิมทุก ตัวสร้างแฝง และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง ทุกตัวสร้างแฝงมีค่าเท่าเดิมหรือใกล้เคียงมากขึ้นเมื่อ เทียบกับเกณฑ์ยอมรับได้ 0.7



ภาพที่ 6.2 ตัวแบบการวัดปรับปรุง

ตารางที่ 6.14 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ความผันแปรสัปดาห์ และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง

| | ผล ประกอบการ | ภาวะผู้นำ | การตัดสินใจ เชิงกลยุทธ์ | การรับรู้ โอกาส | การบริหาร จัดการโอกาส |
|----------------------|-----------------|-----------|----------------------------|--------------------|--------------------------|
| การทำกำไร | 0.814 | | | | |
| การเติบโต | 0.541 | | | | |
| ความอยู่รอด | 0.521 | | | | |
| การบันดลใจ | | 0.657 | | | |
| การโน้มน้าว | | 0.763 | | | |
| การจูงใจ | | 0.660 | | | |
| การนวัตกรรม | | | 0.687 | | |
| การกล้าเสี่ยง | | | 0.580 | | |
| การรุกในธุรกิจ | | | 0.468 | | |
| ความรู้ที่มี | | | | 0.841 | |
| การเชื่อมโยงกับสังคม | | | | 0.259 | |
| ประสบการณ์ | | | | 0.357 | |
| การใช้ประโยชน์ | | | | | 0.741 |
| ความพร้อม | | | | | 0.568 |
| AVE | 0.409 | 0.483 | 0.342 | 0.301 | 0.436 |
| CR | 0.665 | 0.736 | 0.604 | 0.503 | 0.603 |

ในการพิจารณาความแม่นยำในการจำแนก ตารางที่ 6.15 แสดงค่าความสัมพัทธ์ร่วมมาตรฐานระหว่างตัวสร้าง และการเปรียบเทียบความสัมพัทธ์ร่วมมาตรฐานระหว่างตัวสร้างยกกำลังสองกับค่าความผันแปรสัปดาห์ พบว่า ความสัมพัทธ์ร่วมระหว่างตัวสร้างนั้นมีค่าสูงสุดที่ 0.784 แสดงว่าตัวสร้างแฝงเหล่านี้มีระดับความจำแนกต่อกันที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบค่าผันแปรสัปดาห์เทียบกับค่าความสัมพัทธ์ร่วมยกกำลังสอง พบว่าตัวสร้างผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจำแนกอย่างชัดเจน ส่วนตัวสร้างอื่นการจำแนกความสัมพัทธ์ร่วมกับตัวสร้างอื่นไม่ชัดเจน ในการทดสอบเรื่องนี้ไม่มีผลที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากค่าความสอดคล้องของตัวแบบการวัดที่ผ่านเกณฑ์การทดสอบอย่างครบถ้วน และความแม่นยำที่ผ่านเกณฑ์การทดสอบบางรายการ ส่วนรายการอื่นอยู่

ในระดับใกล้เคียง จึงมีความเหมาะสมที่จะนำตัวแบบการวัดที่ปรับปรุงนี้ไปทำการวิเคราะห์ตัวแบบ
ตัวแบบสมการ โครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติในงานวิจัยต่อไป

ตารางที่ 6.15 ค่าความสัมพันธ์ร่วมมาตรฐานระหว่างตัวสร้าง (Bivariate Correlation)

| | AVE | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|-------|------------------|------------------|------------------|------------------|-------|
| 1. ผลประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม | 0.409 | 1 | 0.137 | 0.066 | 0.043 | 0.078 |
| 2. ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ | 0.483 | 0.370 (0.015) | 1 | 0.546 | 0.318 | 0.615 |
| 3. การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่าง ผู้ประกอบการ | 0.342 | 0.258 (0.078) | 0.739 (0.000) | 1 | 0.541 | 0.598 |
| 4. การรับรู้โอกาสธุรกิจอย่าง ผู้ประกอบการ | 0.301 | 0.208 (0.115) | 0.564 (0.000) | 0.736 (0.000) | 1 | 0.576 |
| 5. การบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจ อย่างผู้ประกอบการ | 0.436 | 0.280 (0.044) | 0.784 (0.000) | 0.773 (0.000) | 0.759 (0.000) | 1 |

หมายเหตุ: ตัวเลขเอียงในวงเล็บคือสถิติ t-value

ตัวเลขที่อยู่เหนือเส้นทแยงมุมคือค่าความสัมพันธ์ร่วมยกกำลังสอง

6.3 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

การทดสอบตัวแบบการวัดที่ผ่านมาเป็นการยืนยันถึงความสัมพันธ์ทางทฤษฎีระหว่างตัว
สร้างแฝงและตัวแปรสังเกตของมโนทัศน์ต่างๆที่อยู่ในกรอบแนวคิดการวิจัย โดยการทดสอบตัว
แบบการวัดในด้านความสอดคล้องและความแม่นยำของตัวสร้างที่เกี่ยวข้องในหลายๆมิติ ซึ่ง
ทั้งหมดเป็นเพียงการทดสอบในระดับความสัมพันธ์ร่วม (Correlation) ระหว่างตัวสร้างด้วยกัน
เท่านั้น ตัวแบบการวัดที่ผ่านการทดสอบมาได้ก็จะเป็นตัวแบบที่มีตัวแปรสังเกตที่สามารถอธิบายตัว
สร้างแฝงได้ตามทฤษฎี มีความพร้อมที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล
ระหว่างตัวสร้างแฝงในกรอบแนวคิดการวิจัยต่อไป (Hair, et al., 2006)

จากกรอบแนวคิดการวิจัยซึ่งได้นำเสนอไว้ในบทที่ 4 (ภาพที่ 4.1) การทบทวนวรรณกรรม
ได้ชี้ให้เห็นว่าตัวสร้างของภาวะผู้ประกอบการประกอบด้วย 4 ตัวสร้างคือ ปัจจัยภาวะผู้นำอย่าง

ผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ อย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ โดยมีความสัมพันธ์ในทางทฤษฎีว่า การประกอบการนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้ประกอบการได้พบโอกาสธุรกิจในการสร้างกำไรก่อนที่จะมีการนำไปดำเนินการ (Venkataraman, 1997) ความสามารถของผู้ประกอบการทำให้มองเห็นถึงวิธีการและคาดการณ์ต่อสิ่งที่จะต้องลงมือดำเนินการ เป็นการบรรจบกันของโอกาสในการสร้างผลกำไรและตัวบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบการ (Shane and Venkataraman, 2000) ผู้ประกอบการที่ได้เห็นโอกาสจะดำเนินการให้โอกาสดังกล่าวเป็นจริงได้จากการผสมผสานการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสม (Schumpeter, 1942)หรือเท่าที่สามารถหามาได้ (H. H. Stevenson and Jarillo, 1990) ในขณะเดียวกันปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการก็ทำหน้าที่ในการดำเนินการสร้างกลยุทธ์เพื่อเปลี่ยนแปลงองค์การจากสถานะปัจจุบันไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ (Schendel and Hofer, 1979) ผลจากการดำเนินการทั้งการตัดสินใจอย่างผู้ประกอบการและการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจจะผ่านการทำหน้าที่ของผู้นำของผู้ประกอบการที่ทำหน้าที่ผลักดันและมีอิทธิพลต่อการกระทำของสมาชิกคนอื่นทั้งในเชิงบุคคลและในเชิงองค์กรรวม (Tarabishy, 2005) นอกจากนี้ ปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการคือการทำหน้าที่ในการให้ได้มาและการครอบครองทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ในการประกอบการเพื่อทำให้วิสาหกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันและมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการ (Conner and Prahalad, 1996b) การรังสรรค์ผลลัพธ์จากทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีคุณค่าต่อธุรกิจเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องใช้ความสามารถจากมุมมองที่มีต่อทรัพยากรที่ไม่เหมือนกัน (Alvarez and Busenitz, 2001; Shane and Venkataraman, 2000) ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการคือกลไกในการสร้างความเปลี่ยนแปลงขององค์การให้เปลี่ยนไปสู่จุดประสงค์ที่ต้องการ (Schendel and Hofer, 1979) เพื่อต้องการให้องค์การมีความเข้มแข็ง รักษาความสามารถในการแข่งขัน (Donaldson and Lorsch, 1983) ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการคือกระบวนการที่ผู้นำหรือผู้ประกอบการและผู้ตามหรือผู้ร่วมงานได้ร่วมกันยกระดับการทำงานของแต่ละฝ่ายไปสู่จุดที่สูงขึ้นทั้งในด้านขวัญกำลังใจและแรงจูงใจ เป็นผู้ที่ได้รับรู้ ความสามารถ ความต้องการ สร้างแรงจูงใจ ความพึงพอใจ และเปลี่ยนแปลงให้ผู้ตามใช้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่เพื่อให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ (Tarabishy, 2005)

กรอบแนวคิดการวิจัยได้เสนอสมมติฐานตามความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลดังกล่าวไว้ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ H1 ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางอ้อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ

สมมติฐาน H4a: ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

6.3.1 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างตามกรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 6.3 ได้แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยซึ่งประกอบด้วยตัวสร้างแฝง ตัวแปรสังเกต และเส้นแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวสร้างแฝงตามสมมติฐาน ซึ่งมีลักษณะเหมือนตัวแบบการวัดที่ปรับปรุงแล้ว การวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยด้วยโปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้างใช้แนวทางการทดสอบเช่นเดียวกับวิธีการทดสอบตัวแบบการวัดที่กล่าวไว้อย่างละเอียดในหัวข้อ 6.3 (Hair, et al., 2006)

จากผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างของกรอบการวิจัย (ดูภาคผนวกที่ 4) การตรวจสอบเบื้องต้นของค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตทุกตัวพบว่ามีความใกล้เคียงกับค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ตัวแบบการวัด ที่แตกต่างกันสูงสุดมีค่าเพียง 0.08 ที่ตัวแปรความรู้ที่มี หมายความว่าตัวแบบการวัดของตัวสร้างยังเป็นไปตามทฤษฎีสำหรับการวิเคราะห์ตัวแบบกรอบแนวคิดการวิจัย α

การตรวจสอบความสอดคล้องภาพรวม พบว่าได้ค่า Chi-Square (χ^2) ที่ 80.153 ที่ degree of freedom (df) 68 ที่ค่าสถิติทดสอบ (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.169 แสดงว่าไม่มีนัยสำคัญ คำนี Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.036 เป็นค่าที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดที่ 0.08 คำนี Comparative Fit Index (CFI) = 0.968 ผ่านเกณฑ์การยอมรับได้ที่ 0.95 และคำนี Goodness-of-Fit Index (GFI) = 0.917 สูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.90 เล็กน้อย สรุปได้ว่ากรอบแนวคิดการวิจัยนี้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวม

นอกจากการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวมแล้ว ต้องทำการตรวจสอบค่าเส้นทางความสัมพันธ์ (Path Estimates) ตามกรอบแนวคิดการวิจัยระหว่างตัวสร้างองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการทั้ง 4 ตัวที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลประกอบการ ตามข้อสมมติฐานการวิจัย ค่าเส้นทางความสัมพันธ์นี้จะผ่านการรับรองด้วยการพิจารณาค่าสถิติ p เปรียบเทียบกับระดับนัยสำคัญทางสถิติในระดับต่าง ซึ่งได้แก่ $\alpha < 0.01$ หมายความว่าค่าเส้นทางความสัมพันธ์มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด $\alpha < 0.05$ หมายความว่าค่าเส้นทางความสัมพันธ์มีความน่าเชื่อถือมาก และ $\alpha < 0.10$ หมายความว่าค่าเส้นทางความสัมพันธ์มีความน่าเชื่อถือเป็นที่ยอมรับได้ จากตารางที่ 6.16 ผลการวิเคราะห์พบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน H1a: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.83, \alpha < 0.01$) และสมมติฐาน H1c: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิง

บวกต่อปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.87, \alpha < 0.01$) และผลการวิเคราะห์ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน H1b: ปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = -0.75, \alpha > 0.05$) ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน H2a: ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ($\gamma = 0.00, \alpha > 0.05$) ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน H2b: ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.67, \alpha > 0.05$) ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน H3a: ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ($\gamma = -0.01, \alpha > 0.05$) ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน H3b: ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.91, \alpha > 0.05$) และไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน H4a: ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ($\gamma = 0.38, \alpha > 0.05$)

ตารางที่ 6.16 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของเส้นทางความสัมพันธ์ และค่านัยสำคัญทางสถิติ

| สมมติฐาน | เส้นทางความสัมพันธ์ | น้ำหนักองค์ประกอบ |
|----------|--|-------------------|
| H1a | การรับรู้โอกาสทางธุรกิจ - การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ | 0.83*** |
| H1b | การรับรู้โอกาสทางธุรกิจ - ภาวะผู้นำ | -0.75 |
| H1c | การรับรู้โอกาสทางธุรกิจ - การบริหารจัดการ โอกาส | 0.87*** |
| H2a | การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ - ผลประกอบการวิสาหกิจ | 0.00 |
| H2b | การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ - ภาวะผู้นำ | 0.67 |
| H3a | การบริหารจัดการ โอกาส - ผลประกอบการวิสาหกิจ | -0.01 |
| H3b | การบริหารจัดการ โอกาส - ภาวะผู้นำ | 0.91 |
| H4a | ภาวะผู้นำ - ผลประกอบการวิสาหกิจ | 0.38 |

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติ * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

จากผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างที่ไม่รับรองสมมติฐานส่วนใหญ่ของกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งระบุว่ากรอบแนวคิดการวิจัยควรได้รับการปรับปรุง แม้ว่าการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวมจะผ่านการทดสอบก็ตาม แต่ค่าเส้นทางระหว่างองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการกับผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสัมพันธ์ที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติจำนวนมาก ไม่เหมาะสมที่จะนำมาใช้อธิบายผลจากปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

อย่างไรก็ตามจากการที่ตัวแบบการวัดของตัวสร้างตามทฤษฎีผ่านการทดสอบ เป็นการยืนยันว่าตัวสร้างเหล่านี้มีความสามารถที่จะนำมาอธิบายปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ การปรับปรุงกรอบการวิจัยตามผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมตัวแบบสมการ โครงสร้างสามารถทำให้ได้ตัวแบบที่มีความเหมาะสมในการอธิบายปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้

6.3.2 การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้รับการปรับปรุง

กรอบแนวคิดการวิจัยใหม่ได้มาจากการปรับเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวสร้างภาวะผู้ประกอบการจากกรอบแนวคิดแรก โดยนำเอาผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างของกรอบแนวคิดการวิจัยแรกมาใช้ในการปรับ (Hair, et al., 2006)

จากผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยแรก พบว่าเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ กับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเป็นลบหรือมีค่าน้อยมาก ซึ่งหมายความว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวสมควรได้รับการพิจารณาปรับปรุงเอาออกจากกรอบแนวคิดการวิจัย ทำให้ไม่มีสมมติฐาน H2a และ H3a ที่ต้องการการพิสูจน์ยืนยันอีกต่อไป คงมีเพียงปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการเท่านั้นที่มีเส้นทางความสัมพันธ์หรือมีผลทางตรงต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สมมติฐาน H4a) ในทำนองเดียวกันปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ในทางลบกับปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ (สมมติฐาน H1b) ก็ควรปรับปรุงเอาเส้นทางความสัมพันธ์นี้ออกจากกรอบแนวคิด

ดังนั้นกรอบแนวคิดการวิจัยหลังการปรับปรุง มีสมมติฐานตามความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ H1 ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางอ้อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐาน H1a: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ

สมมติฐาน H1c: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ H2 ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐาน H2b: ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ H3 ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐาน H3b: ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

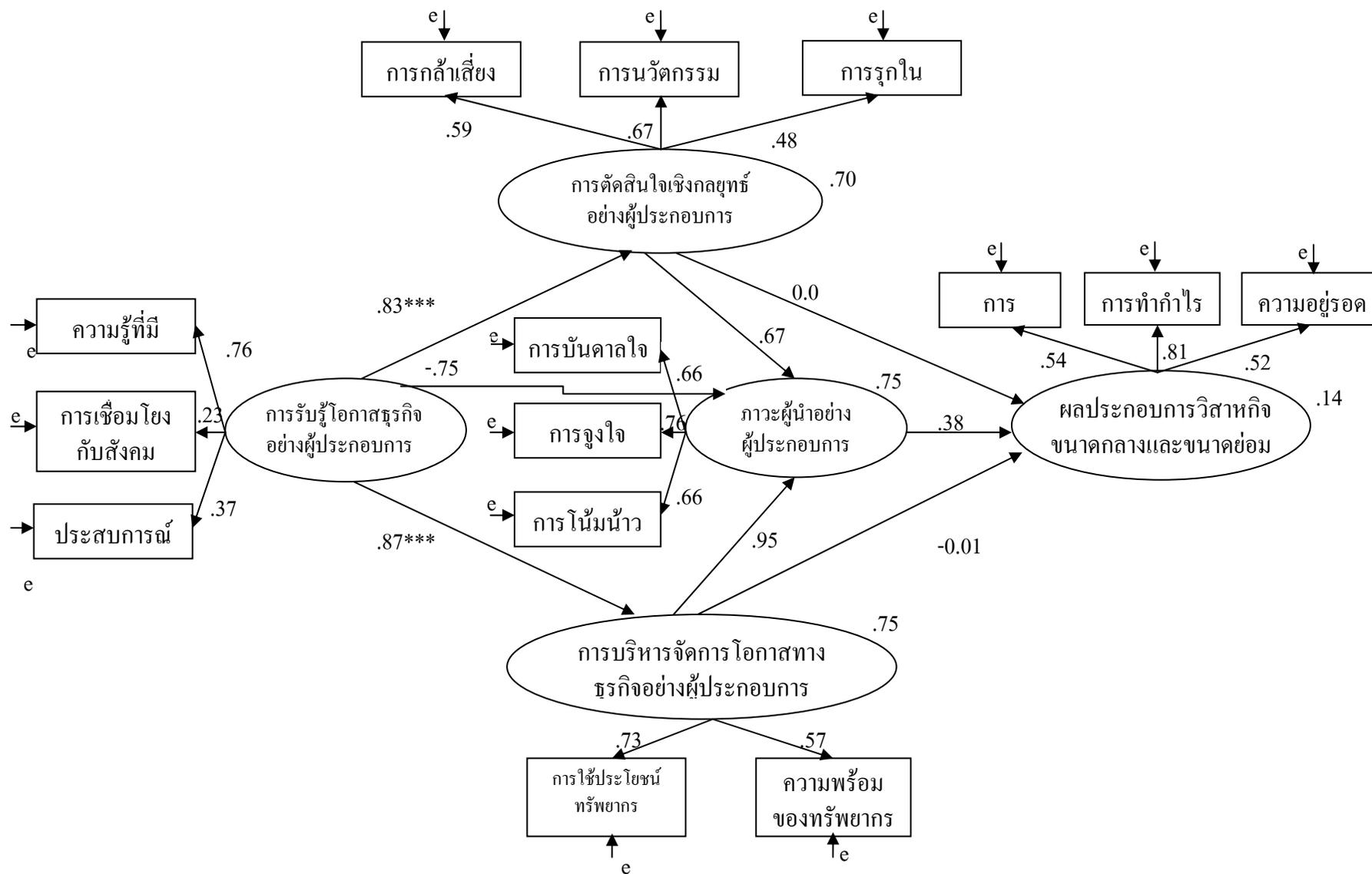
สมมติฐานที่ H4 ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สมมติฐาน H4a: ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาพที่ 6.4 ได้แสดงกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้ทำการปรับปรุง ซึ่งเมื่อนำมาวิเคราะห์ด้วยตัวแบบสมการ โครงสร้าง และทำการตรวจสอบเบื้องต้นของค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตทุกตัวพบที่มีความใกล้เคียงกับกรอบแนวคิดการวิจัยเดิม ค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์ตัวแบบการวัด ที่แตกต่างกันสูงสุดมีค่าเพียง 0.10 ที่ตัวแปรความรู้ที่มี หมายความว่าตัวแบบการวัดของตัวสร้างยังเป็นไปตามทฤษฎีสำหรับการวิเคราะห์ตัวแบบกรอบแนวคิดการวิจัย

การตรวจสอบความสอดคล้องภาพรวม พบว่าได้ค่า Chi-Square (χ^2) ที่ 81.817 ที่ degree of freedom (df) 72 ที่ค่าสถิติทดสอบ (p-value) มีค่าเท่ากับ 0.201 แสดงว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดัชนี Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.033 เป็นค่าที่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดที่ 0.08 ดัชนี Comparative Fit Index (CFI) = 0.972 สูงกว่าเกณฑ์การยอมรับได้ที่ 0.95 และ ดัชนี Goodness-of-Fit Index (GFI) = 0.915 สูงกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ที่ 0.90 สรุปได้ว่ากรอบแนวคิดการวิจัยนี้ผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวม

นอกจากการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวมแล้ว การตรวจสอบค่าเส้นทางความสัมพันธ์ (Path Estimates) ตามกรอบแนวคิดการวิจัยระหว่างตัวสร้างองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการทั้ง 4 ตัวที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลประกอบการ ตามข้อสมมติฐาน H1-H4 (ดูตารางที่ 6.17) ผลการวิเคราะห์พบว่า เป็นไปตามสมมติฐาน H1a: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.83$, $\alpha < 0.01$) เป็นไปตามสมมติฐาน H1c: ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.84$, $\alpha < 0.01$) เป็นไปตามสมมติฐาน H2b: ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.35$, $\alpha < 0.10$) เป็นไปตาม สมมติฐาน H3b: ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.49$, $\alpha < 0.05$) และเป็นไปตาม สมมติฐาน H4a: ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ($\gamma = 0.37$, $\alpha < 0.01$)



ภาพที่ 6.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติ * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

ตารางที่ 6.17 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของเส้นทางความสัมพันธ์ และค่านัยสำคัญทางสถิติ

| สมมติฐาน | เส้นทางความสัมพันธ์ | น้ำหนักองค์ประกอบ |
|----------|--|-------------------|
| H1a | การรับรู้โอกาสทางธุรกิจฯ - การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ฯ | 0.83*** |
| H1c | การรับรู้โอกาสทางธุรกิจฯ - การบริหารจัดการ โอกาสฯ | 0.84*** |
| H2b | การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ฯ - ภาวะผู้นำฯ | 0.35* |
| H3b | การบริหารจัดการ โอกาสฯ -ภาวะผู้นำฯ | 0.49** |
| H4a | ภาวะผู้นำฯ – ผลประกอบการวิสาหกิจฯ | 0.37*** |

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติ * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

จากผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างของกรอบการวิจัยที่ได้ปรับปรุงแสดงให้เห็นว่ากรอบการวิจัยนี้ผ่านการวิเคราะห์ สามารถนำมาอธิบายผลจากภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ เนื่องจากผลการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวมผ่านและค่าเส้นทางระหว่างตัวสร้างภาวะผู้ประกอบการกับผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติด้วย

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ในภาวะผู้ประกอบการนั้นการรับรู้โอกาสธุรกิจมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.83$, $\alpha < 0.01$) และผ่านการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.84$, $\alpha < 0.01$) การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.35$, $\alpha < 0.10$) และ การบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ($\gamma = 0.49$, $\alpha < 0.05$) และภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ($\gamma = 0.37$, $\alpha < 0.01$)

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การวัด (Coefficient of Determination) หรือ R^2 ที่บ่งบอกถึงความแปรปรวน (Variance) ของตัวแปรสร้างที่ทำหน้าที่เป็นตัวแปรตามเมื่อเทียบกับความแปรปรวนของตัวแปรอิสระ จากการคำนวณตามกรอบแนวคิด (ดูตารางที่ 6.18) แสดงให้เห็นว่า ความแปรปรวน

ของผลประกอบการ⁴ที่เกิดมาจากอิทธิพลขององค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้ประกอบการรวมกันมีค่าร้อยละ 13 แสดงว่าอิทธิพลของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการมีไม่มากเท่าไร สำหรับความแปรปรวนของภาวะผู้นำที่เกิดมาจากอิทธิพลของปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการและการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการรวมกันมีค่าเท่ากับร้อยละ 60 ความแปรปรวนของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการที่ได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการร้อยละ 70 และ ความแปรปรวนของการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการที่ได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการร้อยละ 71

ตารางที่ 6.18 ค่า R^2 ของตัวแปรสร้าง

| ที่ | ตัวสร้าง | R^2 |
|-----|---|-------|
| 1 | ผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม | 0.13 |
| 2 | ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ | 0.60 |
| 3 | การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ | 0.70 |
| 4 | การบริหารจัดการ โอกาสอย่างผู้ประกอบการ | 0.71 |

จากค่า R^2 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีอำนาจในการอธิบายผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับที่ค่อนข้างน้อยร้อยละ 13 ในขณะที่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการและการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีผลต่อภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมากถึงร้อยละ 60 การรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการสูงถึงร้อยละ 70 และการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีผลต่อการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการสูงถึงร้อยละ 71

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้นแม้จะพบว่าปัจจัยทั้ง 4 ของภาวะผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์อย่างมีเหตุผลกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมก็ตาม แต่เนื่องจากความแม่นยำของตัวแปรสังเกตยังมีค่าที่น้อยกว่าเกณฑ์การยอมรับไปบ้าง ดังนั้นการปรับปรุงตัวแบบการวัดน่าที่จะทำให้เห็นได้ว่าปัจจัยภาวะผู้ประกอบการนั้น มีพลังในการอธิบายผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดีขึ้น

6.4 สรุป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ว่า กลุ่มข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จำนวน 125 ฉบับมีคุณสมบัติของตัวแปรตามความต้องการของการวิเคราะห์โดยใช้สมการตัวแบบโครงสร้าง การตรวจสอบโดยสถิติพรรณนาพบว่าข้อมูลมีกระจายตัวแบบปกติไม่มีการเอนเอียง

วิสาหกิจที่ตอบแบบสอบถามเปิดดำเนินการมาแล้วเฉลี่ย 20 ปี สินทรัพย์ถาวรเฉลี่ย 164 ล้านบาท จำนวนพนักงานตอนเริ่มกิจการเฉลี่ย 46 คน และปัจจุบันมีพนักงานเฉลี่ย 117 คน กลุ่มตัวอย่างอยู่ในอุตสาหกรรมเคมี อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและอะไหล่ อุตสาหกรรมก่อสร้างและที่อยู่อาศัย และกลุ่มทั่วไป อำนาจในการตัดสินใจของ วิสาหกิจกลุ่มตัวอย่างมาจากเจ้าของ และการตัดสินใจร่วมระหว่างเจ้าของกับผู้บริหาร ผู้ที่ตอบแบบสอบถามมีอายุเฉลี่ย 44 ปี การศึกษามากกว่าปริญญาตรี ประสบการณ์ในการทำงานในวิสาหกิจนี้เฉลี่ย 12 ปี

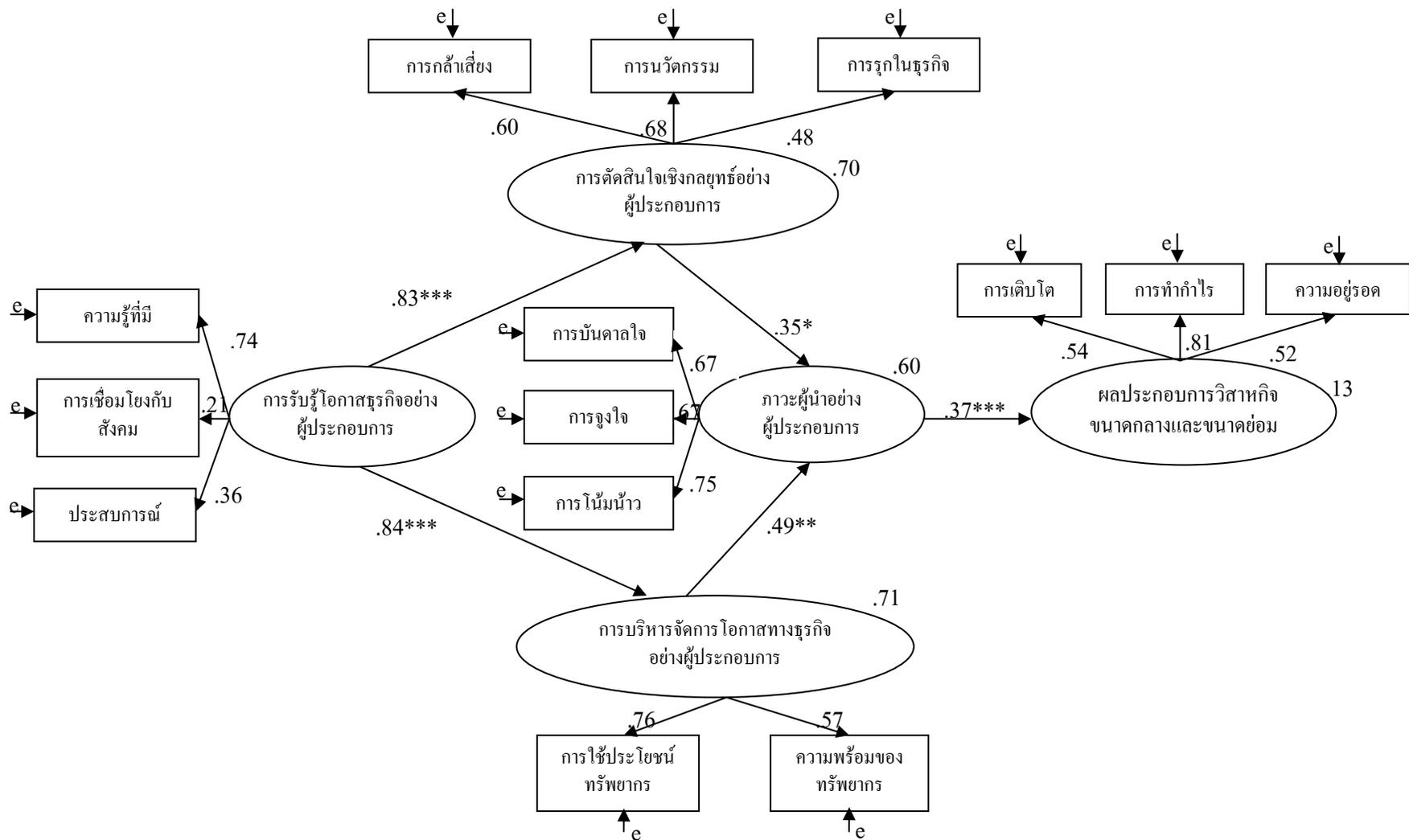
ผลประกอบการของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมพบว่า ในปีที่ผ่านมาในด้านการเติบโต มีการเปลี่ยนแปลงรายได้ทั้งเพิ่มขึ้นและลดลงพอกัน วิสาหกิจกว่าครึ่งหนึ่งมีกำไรขั้นต้นระหว่าง 10%-30% กำไรสุทธิไม่เกิน 10% กำไรต่อราคาขาย ผลตอบแทนการลงทุนไม่เกิน 10 % วิสาหกิจหนึ่งในสาม มีสภาพคล่องหรืออัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียนในเกณฑ์ที่ระหว่าง 1.0-1.5

การวิเคราะห์ปัจจัยของตัวแปรข้อคำถาม พบว่ามีค่าน้ำหนักองค์ประกอบผ่านเกณฑ์ที่ยืนยันว่าตัวแปรสามารถใช้อธิบายตัวแปรสังเกตได้ การทดสอบความเป็นปกติและการทดสอบความผันแปรร่วมของตัวแปรสังเกตผ่านเกณฑ์การยอมรับว่าเป็นปกติสำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวได้

การทดสอบตัวแบบการวัดเพื่อยืนยันว่าตัวแปรสังเกตสามารถนำมาใช้ในการอธิบายตัวสร้างแฝง พบว่าตัวแบบการวัดผ่านการทดสอบโดยมีการปรับตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบไม่ผ่านเกณฑ์ออก โดยมีค่าความแม่นยำตรงในการเป็นตัวสร้างบางตัว เช่น ดัชนีวัดความแม่นยำความผันแปรสกัดเฉลี่ย (Average Variance Extracted - AVE) และค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง (Construct Reliability) ที่ยังต่ำกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ไปบ้าง

การวิเคราะห์ตัวแบบสมการ โครงสร้างเพื่อยืนยันความสัมพันธ์ทางทฤษฎีระหว่างตัวสร้างแฝงและตัวแปรสังเกต ตามกรอบแนวคิดการวิจัยพบว่ากรอบแนวคิดผ่านการทดสอบ แต่เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการไม่เป็นไปตามสมมติฐาน เมื่อได้ทำการปรับกรอบแนวคิดแล้ว การทดสอบกรอบแนวคิดใหม่ผ่านการทดสอบ โดยพบว่า ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางอ้อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมี

อิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ และ ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



ภาพที่ 6.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามกรอบการวิจัยที่ได้รับการปรับปรุง

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติ * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

บทที่ 7

สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

บทนี้ได้ประมวลผลการศึกษาที่ได้ดำเนินการมา ตั้งแต่การทบทวนวรรณกรรมผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการ การวิเคราะห์เชิงประจักษ์ตัวแบบการวัดของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ของสมมติฐานตามกรอบแนวคิดการวิจัย นำมาพิจารณาและอภิปรายสรุปเพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์การวิจัยคือ การค้นหาองค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และความสัมพันธ์ที่องค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ในบทนี้ได้สรุปให้เห็นถึงคุณค่าของการวิจัยปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีในเชิงปฏิบัติ เชิงทฤษฎี ประโยชน์ในด้านนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและผู้ประกอบการ รวมทั้งการนำเสนอข้อจำกัดการวิจัย ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยในอนาคต

7.1 องค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หัวข้อนี้เป็นการตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 “ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีองค์ประกอบอะไรบ้าง” การทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 3 ได้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นเป็นมโนทัศน์ที่มีความซับซ้อน ไม่มีทฤษฎีใดเพียงทฤษฎีเดียวที่สามารถเชื่อมโยงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ทั้งหมด (Gartner, et al., 1994) และจากการทบทวนนิยามความหมายงานวิจัยต่างๆ และข้อพิจารณาฐานคิดของทฤษฎีต่างๆ ทำให้สามารถชี้บ่งทฤษฎีที่สามารถนำมาร่วมใช้อธิบายมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งประกอบด้วย หนึ่ง ทฤษฎีภาวะผู้นำ ที่อธิบายถึงหน้าที่การสร้างวิสัยทัศน์ ความมุ่งมั่น ความ

รับผิดชอบให้กับผู้ตามในวิสาหกิจได้ทุ่มเทการทำหน้าที่จนบรรลุเป้าหมาย สอง ทฤษฎีพื้นฐาน ทรัพยากร เป็นการอธิบายถึงวิธีการที่วิสาหกิจบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้เกิดประโยชน์ เพียงพอต่อความได้เปรียบในการแข่งขันกับโอกาสธุรกิจของวิสาหกิจ สาม ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์ อธิบายถึงการให้เหตุผลเพื่อการตัดสินใจในการดำเนินการเพื่อการบรรลุเป้าหมาย ที่เป็นผลประโยชน์ต่อวัตถุประสงค์ของวิสาหกิจ และ สี่ ทฤษฎีการรู้จัก ผู้ประกอบการได้ใช้โครงสร้างข้อมูลของตนเองเพื่อทำการประเมิน วินิจฉัย และตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการประมาณคุณค่าโอกาสธุรกิจ ทฤษฎีเหล่านี้ต่างก็มีฐานคติที่สอดคล้องต่อบทบาทหน้าที่ตามภาวะผู้ประกอบการ (คูตารางที่ 3.2) ทำให้ได้ข้อสรุปว่าองค์ประกอบของภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประกอบด้วย ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ

การทบทวนทฤษฎีที่เกี่ยวกับมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการของแต่ละปัจจัยทำให้พบว่า แต่ละปัจจัยองค์ประกอบนั้นประกอบด้วยปัจจัยหรือตัวแปรสังเกตจำนวนหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นถึงความ เป็นปัจจัยองค์ประกอบหรือตัวสร้างภาวะผู้ประกอบการออกมา (Reflective Indicators) ซึ่งพบว่าตัว สร้างภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรสังเกต การบันทึกลงใจ การจูงใจ และการ โน้มน้าวใจ ตัวสร้างการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรสังเกต การ กล้าเสี่ยง การนวัตกรรม และการรุกในธุรกิจ ตัวสร้างการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต ความรู้ที่มี การเชื่อมโยงกับสังคม และประสบการณ์ และตัวสร้างการ บริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรสังเกต การใช้ประโยชน์ ทรัพยากร และความพร้อมทรัพยากร

ความถูกต้องตามทฤษฎีของตัวสร้างที่มีตัวแปรสังเกตเป็นดัชนีชี้วัด ได้รับการทดสอบโดย การนำตัวแบบการวัด (Measurement Model) มาทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมตัวแบบสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modelling) โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจจำนวน 125 ราย (ดูข้อ 6.2.3 และภาพที่ 6.1 และ 6.2) พบว่าตัวแปรสังเกตนั้นแสดงออกถึงการลักษณะของตัวสร้าง (Reflective Indicators) ได้โดยมีค่านำหนักองค์ประกอบ ค่าสถิติทดสอบ และ ระดับนัยสำคัญทาง สถิติ ผ่านการยอมรับ (คูตารางที่ 7.1) อย่างไรก็ตามเมื่อตรวจสอบความแม่นยำในการเป็นตัวสร้าง ยังมีค่าดัชนีบางตัว ได้แก่ ดัชนีวัดความแม่นยำความผันแปรสกัดเฉลี่ย (Average Variance Extracted - AVE) ค่าความน่าเชื่อถือตัวสร้าง (Construct Reliability) ที่ดัชนีเหล่านี้ยังต่ำกว่าเกณฑ์ที่ ยอมรับเล็กน้อยไปบ้าง จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขหรือทดสอบซ้ำกับข้อมูลชุดใหม่เพื่อยืนยันหรือ ทำการปรับปรุงตัวแปรสังเกตให้เหมาะสม

การวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วมขององค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้ประกอบการร่วมกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดังกล่าวได้ยืนยันว่า องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้านนี้เป็นองค์ประกอบที่มีความสอดคล้องกับนิยามความหมายของภาวะผู้ประกอบการที่ได้รับการทบทวนมาในหัวข้อ 3.3.1 ที่ว่า “ภาวะผู้ประกอบการคือการดำเนินการของวิสาหกิจที่เกิดจากการทำหน้าที่ของบุคลากรเสมือนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการ เพื่อการแสวงหาโอกาสใหม่ในการทำธุรกิจพร้อมกับสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่สามารถนำมาใช้ให้บรรลุโอกาสที่หาได้นั้น โดยวิธีการบริหารจัดการ” องค์ประกอบเหล่านี้จะร่วมกันทำหน้าที่ของภาวะผู้ประกอบการจะขาดอย่างหนึ่งอย่างใดไม่ได้ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Shane and Venkataraman, 2000) ที่ทำให้เกิดผลประกอบการที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการทำธุรกิจ

ตารางที่ 7.1 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตองค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการ

| ตัวสร้าง | ตัวแปรสังเกต | ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ |
|-------------------------|--------------------------|----------------------|
| ภาวะผู้นำ | → การโน้มน้าว | 0.75*** |
| ภาวะผู้นำ | → การบังคับจิตใจ | 0.67*** |
| ภาวะผู้นำ | → การจูงใจ | 0.67*** |
| การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ | → การนวัตกรรม | 0.68*** |
| การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ | → กล้าเสี่ยง | 0.60*** |
| การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ | → การรุกในธุรกิจ | 0.48*** |
| การรับรู้โอกาสทางธุรกิจ | → ความรู้ที่มี | 0.74*** |
| การรับรู้โอกาสทางธุรกิจ | → ประสบการณ์ | 0.36*** |
| การรับรู้โอกาสทางธุรกิจ | → การเชื่อมโยงกับสังคม | 0.21*** |
| การบริหารจัดการโอกาส | → การใช้ประโยชน์ทรัพยากร | 0.76*** |
| การบริหารจัดการโอกาส | → ความพร้อมของทรัพยากร | 0.57*** |

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติ * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบการวัดของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้านยังเป็นยืนยันความถูกต้องทางทฤษฎีที่ตัวแปรสังเกตทำหน้าที่เป็นตัวแทนขององค์ประกอบ (Hair, et al., 2006) ตัวแปรสังเกตแต่ละตัวจะมีระดับน้ำหนักองค์ประกอบที่ไม่เท่ากัน ปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการพบว่าตัวแปรสังเกตที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดคือการ โน้มน้าว ($\lambda = 0.75, \alpha < 0.01$) ที่มีต่อผู้ตามจนทำให้เกิดการยอมรับต่อวิสัยทัศน์ การยึดถือผู้นำเป็นต้นแบบ เกิดความมั่นใจในการทำงาน องค์ประกอบถัดไปคือการบันทึกลงใจ ($\lambda = 0.67, \alpha < 0.01$) เป็นการทำให้ผู้ตามยกระดับการทำงาน เสนอแนวคิดใหม่ ร่วมกำหนดเป้าหมายและทำงานเกินกว่าหน้าที่ ตัวแปรสังเกตที่มีน้ำหนักองค์ประกอบถัดมาคือ การจูงใจ ($\lambda = 0.67, \alpha < 0.01$) ด้วยการให้ข้อเสนอแนะ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวก และ กระตุ้นให้ช่วยกันทำงานเป็นทีม

ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ พบว่าตัวแปรสังเกตที่มีน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือการตัดสินใจด้านการนวัตกรรม ($\lambda = 0.68, \alpha < 0.01$) จากความถี่ในการตัดสินใจออกสินค้าใหม่ การตัดสินใจออกสินค้าใหม่ก่อนผู้อื่น การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงสินค้ารวดเร็ว ตัวแปรสังเกตถัดไปคือการตัดสินใจกล้าเสี่ยง ($\lambda = 0.60, \alpha < 0.01$) จากการตัดสินใจบุกเพื่อเพิ่มโอกาสสูงสุด การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันและทำในสิ่งที่ต้องการกำไรสูง ตัวแปรสังเกตที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสุดท้ายคือการรุกในธุรกิจ ($\lambda = 0.48, \alpha < 0.01$) ด้วยการตัดสินใจทำการวิจัยและพัฒนาเพื่ออนาคตของธุรกิจ เป็นสิ่งที่ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการเลือกตัดสินใจทำน้อยที่สุด

ปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ พบว่าตัวแปรสังเกตที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสำคัญที่สุดคือ การใช้ความรู้ที่มี ($\lambda = 0.74, \alpha < 0.01$) ในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจผ่านความตื่นตัว การสังเกต การฉวยโอกาส ความรู้จากธุรกิจเดิมและการหาความรู้ใหม่ ตัวแปรสังเกตถัดไปอีก 2 องค์ประกอบมีอิทธิพลน้อยต่อการรับรู้โอกาสทางธุรกิจคือ การใช้ประสบการณ์ ($\lambda = 0.36, \alpha < 0.01$) มองเห็นธุรกิจจากประสบการณ์เดิม และการเชื่อมโยงกับสังคม ($\lambda = 0.21, \alpha < 0.01$) เป็นการรับรู้โอกาสจากการพบปะบุคคลอื่น และการเข้าร่วมประชุมสัมมนา

ปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ พบว่าตัวแปรสังเกตที่มีน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดคือความสามารถในการใช้ประโยชน์ของทรัพยากร ($\lambda = 0.76, \alpha < 0.01$) จากความชำนาญ การปรับเปลี่ยนสินค้าจากทรัพยากรที่มี ก่อนผู้อื่น ส่วนตัวแปรสังเกตการบริหารความพร้อมของทรัพยากร ($\lambda = 0.57, \alpha < 0.01$) คือการหาทรัพยากรได้ทั้งปริมาณที่เพียงพอ และในระดับต้นทุนที่ต้องการ และสามารถปรับเปลี่ยนทรัพยากรที่มีไปใช้ประโยชน์ได้เสมอ เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการดำเนินการรองลงมา

นอกจากนั้นในการทดสอบตัวแบบการวัดยังได้ให้การยืนยันต่อตัวแปรสังเกตของการวัดผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ดูตารางที่ 7.2) โดยพบว่าตัวแปรสังเกตที่เป็นการแสดงออกถึงผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือการทำกำไร ($\lambda = 0.81$, $\alpha < 0.01$) จากการวัดกำไรขั้นต้น กำไรสุทธิ กำไรต่อราคาขาย ผลตอบแทนการลงทุน และผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ ตัวแปรสังเกตที่สองคือ การเติบโต ($\lambda = 0.54$, $\alpha < 0.01$) ซึ่งแสดงออกด้วย การเพิ่มขึ้นของรายได้ การเติบโตของยอดขาย การเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน และการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด ตัวแปรสังเกตสุดท้ายคือ การอยู่รอด ($\lambda = 0.52$, $\alpha < 0.01$) ซึ่งแสดงออกด้วยการวัดอัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน หรือสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 7.2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตผลประกอบการวิสาหกิจฯ

| ตัวสร้าง | ตัวแปรสังเกต | ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ |
|----------------------|--------------|----------------------|
| ผลประกอบการวิสาหกิจฯ | → การทำกำไร | 0.81*** |
| ผลประกอบการวิสาหกิจฯ | → การเติบโต | 0.54*** |
| ผลประกอบการวิสาหกิจฯ | → การอยู่รอด | 0.52*** |

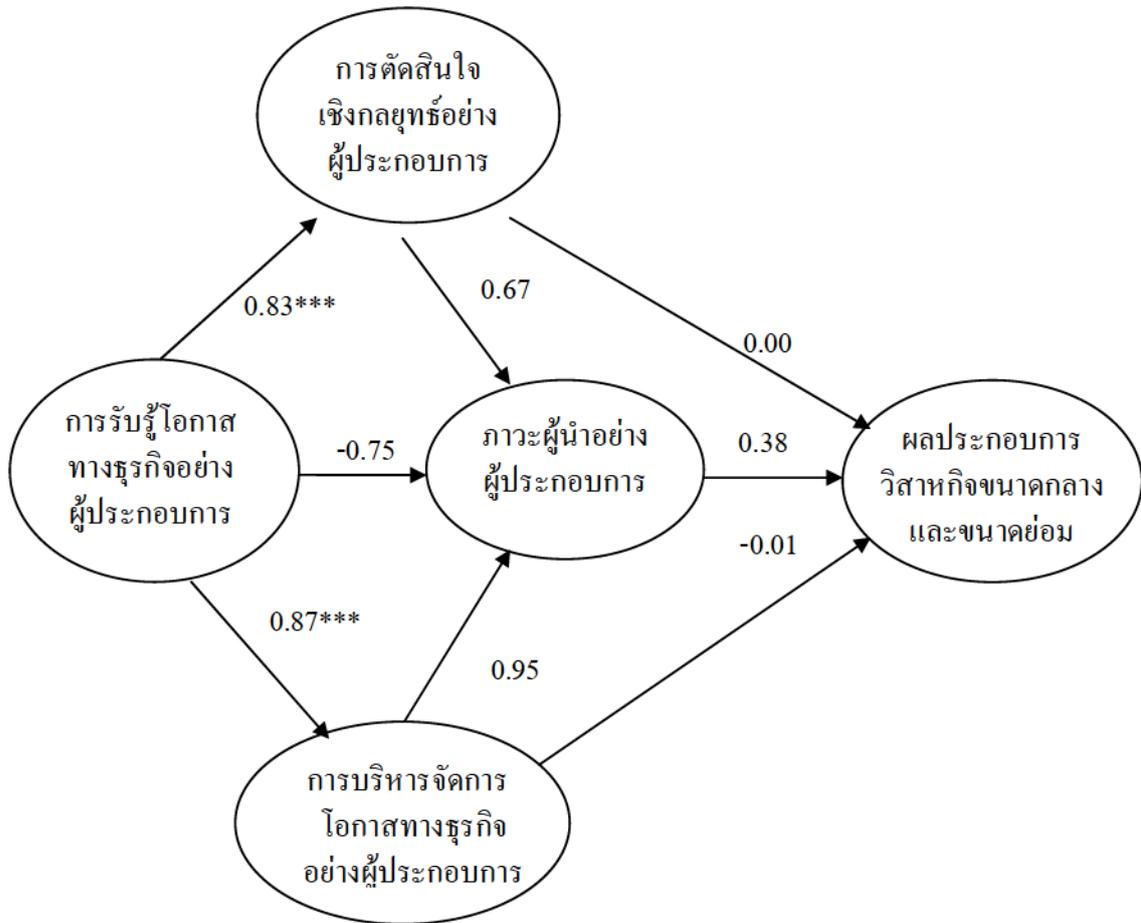
หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติ * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

7.2 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภาวะผู้ประกอบการกับผลการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หัวข้อนี้เป็นการตอบคำถามการวิจัยที่ 2 “องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างไร” การทบทวนวรรณกรรมและการพิสูจน์เชิงประจักษ์ในหัวข้อ 7.1 ได้แสดงให้เห็นแล้วว่าในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาวะผู้ประกอบการมีองค์ประกอบหลัก 4 ปัจจัย ได้แก่ปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ วรรณกรรมต่าง ๆ ได้เสนอว่าองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมกับผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การพิสูจน์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการเหล่านี้กับผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม ตามกรอบแนวความคิดการวิจัย (ภาพที่ 6.3) ซึ่งได้ตั้งสมมติฐานที่มาจากกรอบทบทวนวรรณกรรมว่า “ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ผลการวิเคราะห์ตามกรอบสมมติฐานนี้ได้แสดงว่าปัจจัยภาวะผู้ประกอบการทุกปัจจัยไม่ได้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามสมมติฐานแต่อย่างใด ผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมตัวแบบสมการ โครงสร้าง (ดูภาพที่ 7.1) ไม่สนับสนุนสมมติฐาน “ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ไม่สนับสนุนสมมติฐาน “ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” และ ไม่สนับสนุนสมมติฐาน “ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”

นอกจากนั้นอิทธิพลทางอ้อมที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากปัจจัยภาวะผู้ประกอบการส่วนมากก็ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ประกอบด้วย ไม่สนับสนุนสมมติฐาน “ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ” ไม่สนับสนุนสมมติฐาน “ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ” ไม่สนับสนุนสมมติฐาน “ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ” อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์ได้สนับสนุน “ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ” และสนับสนุน “ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ”

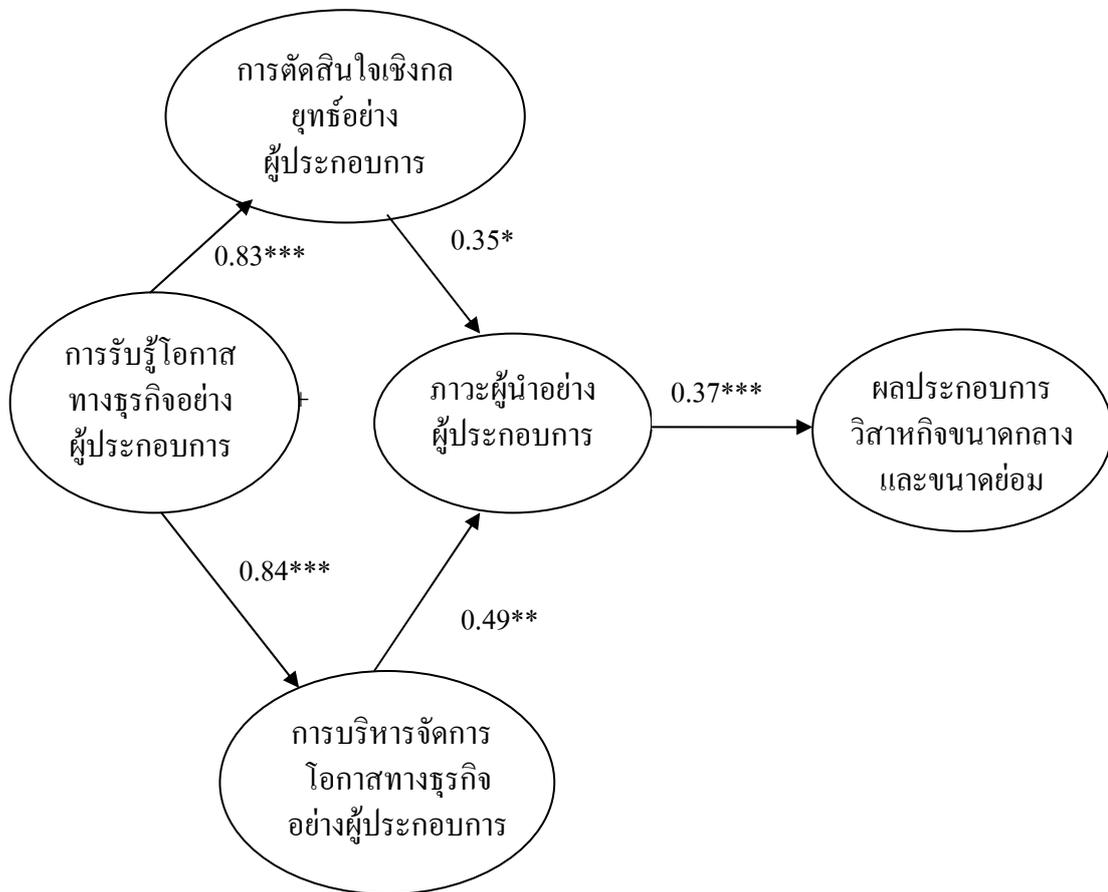


ภาพที่ 7.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติ * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว กรอบแนวคิดการวิจัยได้รับการปรับปรุง โดยยึดแนวทางทฤษฎีเดิม โดยปรับเปลี่ยนเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการกับผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามเหตุผลการปรับเปลี่ยนที่ได้อธิบายไว้ในขั้นตอนการวิเคราะห์หัวข้อที่ 6.3.2 จากผลการวิเคราะห์ครั้งแรกได้แสดงให้เห็นว่าผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นไม่ได้รับอิทธิพลทางตรงจากปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ แต่ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการทั้งสองปัจจัยนี้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ เช่นเดียวกับปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหาร

จัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ดังนั้นสมมติฐานของกรอบการวิจัยหลังการปรับปรุงจึงประกอบด้วย “ปัจจัยการรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ และ ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”



ภาพที่ 7.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามกรอบการวิจัยที่ได้รับการปรับปรุง

หมายเหตุ: นัยสำคัญทางสถิติ * $p < 0.10$, ** $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

ผลการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้าง (ดูภาพที่ 7.2) ได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางอ้อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงธุรกิจอย่างผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ที่ได้มาจากการใช้ความรู้ที่มีอยู่ ประสบการณ์ และการเชื่อมโยงต่อสังคม การรับรู้โอกาสทางธุรกิจได้เป็นปัจจัยต้นทางที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมาก ($\gamma = 0.84, \alpha < 0.01$) ที่ได้นำโอกาสทางธุรกิจไปดำเนินการ โดยวิธีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรและการจัดหาทรัพยากร นอกจากนี้การรับรู้โอกาสทางธุรกิจยังมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางอ้อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมากเช่นกัน ($\gamma = 0.83, \alpha < 0.01$) โอกาสทางธุรกิจจะเปิดโอกาสให้เกิดการตัดสินใจในการทำนวัตกรรมอย่างรวดเร็วด้วย การนำเสนอ เปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ เป็นประจำ การตัดสินใจกล้าเสี่ยงเพื่อหวังผลตอบแทนที่สูง การตัดสินใจอย่างรวดเร็ว และการรุกในทางธุรกิจด้วยการเป็นผู้นำในการวิจัยและพัฒนา

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการระดับปานกลาง ($\beta = 0.35, \alpha < 0.10$) การตัดสินใจในการนวัตกรรมการกล้าเสี่ยง และการรุกในธุรกิจ จะมีส่วนทำให้การบันดลใจให้เกิดความคิดใหม่ ทุ่มเทการทำงาน การโน้มน้าวใจให้มีความมั่นใจ ยอมรับต่อวิสัยทัศน์ และการจูงใจด้วยการสนับสนุน ส่งเสริม และการทำงานร่วมกันเช่นกัน

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจทางอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการระดับปานกลาง ($\beta = 0.49, \alpha < 0.05$) ความพร้อมในการจัดหาและความสามารถในการใช้ทรัพยากรมีส่วนทำให้การบันดลใจให้เกิดความคิดใหม่ ทุ่มเทการทำงาน การโน้มน้าวใจให้มีความมั่นใจ ยอมรับต่อวิสัยทัศน์ และการจูงใจด้วยการสนับสนุน ส่งเสริม และการทำงานร่วมกัน

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกกับผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปานกลาง ($\beta = 0.37, \alpha < 0.01$)

ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการจากการบันดลใจ การโน้มน้าวใจ และการจูงใจ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลทางตรงต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการสร้างกำไร การเจริญเติบโต และการอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการอภิปรายผลข้างต้นสรุปได้ว่าปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ มีแต่อิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เฉพาะปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการเท่านั้นที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการไปที่ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการก็มีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการไปที่ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเช่นกัน

การที่ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสอดคล้องกับข้อมูลลักษณะสำคัญของวิสาหกิจที่พบว่าเจ้าของกิจการเป็นผู้ที่บทบาทมากที่สุดในการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือร้อยละ 90 ของวิสาหกิจนั้นผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจคือเจ้าของคนเดียวหรือเจ้าของร่วมกับผู้อื่น นอกจากนี้ยังเป็นผู้ที่ทำหน้าที่วางแผน (ร้อยละ 81.6) และด้านการตลาดและการขาย (ร้อยละ 63.2) รวมทั้งด้านการเงินเป็นหลัก (ร้อยละ 76.8) ซึ่งเป็นผลที่เกิดจากการทำหน้าที่ผู้นำ และเจ้าของมีบทบาทการบริหารด้านอื่นๆด้วยเช่นกัน แต่ไม่มาก ได้แก่การผลิต (ร้อยละ 39.2) และด้านการจัดซื้อ (ร้อยละ 45.6) แสดงว่าการดำเนินการใดก็ตามของวิสาหกิจย่อมต้องได้รับการตัดสินใจทางธุรกิจในขั้นตอนสุดท้ายจากผู้ประกอบการ

ข้อมูลความสัมพันธ์ทางสถิติก็มีส่วนในการยืนยันความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลที่องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ร่วม (Bivariate Correlation) ระหว่างตัวแปรองค์ประกอบเหล่านี้กับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ตารางที่ 6.11) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการเท่านั้นมีความสัมพันธ์ร่วมกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในขณะที่ปัจจัยองค์ประกอบตัวอื่นนั้นไม่มีความสัมพันธ์ร่วมหรือมีเพียงเล็กน้อยกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ร่วมกับปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่าง

ผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์ร่วมกับปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ

ในการวิเคราะห์อิทธิพลที่องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตารางที่ 7.3 ได้แสดงความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างองค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้ประกอบการกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สรุปได้ว่า ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบเพียงตัวเดียวของภาวะผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และมีอิทธิพลสูงสุดที่ค่า 0.37 รองลงมาคือปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยขั้นแรกผ่านปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการและปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และในขั้นต่อมาผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ค่า 0.26 ปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการที่ค่า 0.18 และปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการที่ค่า 0.13 ผลในการวิเคราะห์เชิงเหตุและผลเป็นการชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนองค์ประกอบอื่นๆนั้นเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในลำดับถัดไป

นอกจากนั้นลำดับของความสัมพันธ์ขององค์ประกอบปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในภาพที่ 7.2 ยังได้แสดงให้เห็นด้วยว่าปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการเป็นปัจจัยเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการหรือการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ซึ่งผู้นำอย่างผู้ประกอบการจะเป็นผู้ผลักดันให้เกิดผลลัพธ์ขึ้น

ตารางที่ 7.3 ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการกับ ผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

| ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อผล ประกอบการ | อิทธิพล ทางตรง | อิทธิพลทางอ้อม | | ความสัมพันธ์ เชิงเหตุและผล |
|--|-------------------|--|------|-------------------------------|
| | | ผ่านตัวแปรอื่น | รวม | |
| ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่าง ผู้ประกอบการ | - | $(0.83 \times 0.035 + 0.85 \times 0.49) \times 0.37$ | 0.26 | 0.26 |
| ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่าง ผู้ประกอบการ | - | 0.35×0.37 | 0.13 | 0.13 |
| ปัจจัยการบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจ อย่างผู้ประกอบการ | - | 0.49×0.37 | 0.18 | 0.18 |
| ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ | 0.37 | - | - | 0.37 |

ในด้านขนาดของผลกระทบที่องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างแสดงให้เห็นว่า ผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความแปรปรวนอันเนื่องมาจากองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการต่างๆ ร้อยละ 13 ($R^2 = 0.13$) ซึ่งหมายความว่าองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการสามารถนำมาอธิบายผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ร้อยละ 13 ในขณะที่ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการมีความแปรปรวนจากการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการร่วมกับการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ร้อยละ 60 ($R^2 = 0.60$) การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ร้อยละ 70 ($R^2 = 0.70$) และการบริหารจัดการ โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลมาจากการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ร้อยละ 71 ($R^2 = 0.71$)

7.3 การอภิปรายสรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง“ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม” ได้ทำให้ค้นพบข้อสรุปหลายประการที่แตกต่างหรือเป็นการยืนยันผลการศึกษาที่เคยมีมา จึงได้นำมาสรุปเป็นประเด็นข้อสังเกตไว้ดังนี้

7.3.1 การทบทวนความหมายภาวะผู้ประกอบการ

จากกระบวนการวิจัยที่ได้นำเสนอมาอย่างเป็นขั้นเป็นตอนทำให้การศึกษาครั้งนี้ได้มีส่วนในการทบทวนความหมายของภาวะผู้ประกอบการด้วย เริ่มจากการทบทวนสถานะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (บทที่ 2) การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การนำเสนอตัวแบบองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ(บทที่ 3) การนำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสมมติฐานการวิจัย (บทที่ 4) ผ่านกระบวนการทดสอบตัวแบบการวัดและตัวแบบสมการ โครงสร้าง (บทที่ 5 และบทที่ 6) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับความหมายของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่ว่า “ภาวะผู้ประกอบการหมายถึงกระบวนการสร้างสิ่งที่แตกต่างด้วยคุณค่า โดยการอุทิศเวลา ความมานะ เงินทุน จิตวิทยา ความเสี่ยงด้านสังคม เพื่อให้ได้รับผลตอบแทนด้านการเงินและความพึงพอใจ เป็นการดำเนินการเพื่อทำให้องค์กรสามารถเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจ สร้างหรือผลักดันให้องค์กรประสบความสำเร็จจากโอกาสนั้นๆ โดยการใช้ความสามารถในการเปลี่ยนความคิด (Idea) ให้เป็นการกระทำ (Action) ในการสร้างสินค้าหรือบริการ”

การทดสอบเชิงประจักษ์ของตัวสร้างแฝงและตัวแปรสังเกตในกรอบแนวคิดการวิจัย ได้ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการในการสร้างสิ่งที่แตกต่างด้วยคุณค่า การอุทิศเวลา ความมานะ เงินทุน จิตวิทยา นั้นเป็นเรื่องของภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ซึ่งได้แสดงออกด้วยการ การมั่นคงใจ การโน้มน้าว และการจูงใจ จนเกิดการยอมรับ ได้รับแนวคิดใหม่ การมุ่งมั่นทุ่มเทการทำงานเป็นทีม การร่วมตั้งเป้าหมายในการทำงาน ความไว้วางใจ และได้รับการยึดถือเป็นต้นแบบจากบุคคลในวิสาหกิจ เป็นต้น ในการสร้างสิ่งที่แตกต่าง ยอมรับความเสี่ยงด้านสังคม ผลักดันองค์การ และเปลี่ยนความคิดไปเป็นการกระทำในการสร้างสินค้าหรือบริการของภาวะผู้ประกอบการนั้น เป็นสิ่งที่เกิดจากการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ในการนวัตกรรมสินค้า การกล้าเสี่ยง รวมทั้งการรุกในธุรกิจ ด้วยการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการบ่อยครั้ง เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว มีความถี่หรือบ่อยกว่าคู่แข่ง การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสิ่งใหม่ ก่อนที่จะมีการแข่งขัน เป็นต้น

ความสามารถในการเข้าถึงโอกาสทางธุรกิจของภาวะผู้ประกอบการนั้น เป็นสิ่งเกิดจากการใช้ความสามารถในการรู้คิดจาก ความรู้ที่มี จากประสบการณ์ และจากการเชื่อมโยงกับสังคม ทำให้มองเห็น โอกาสจากการทำงาน เกิดการตื่นตัว มองเห็น โอกาสผ่านประสบการณ์ที่มี ได้รับโอกาสจากการประชุมสัมมนา การพบปะบุคคลในโอกาสต่างๆ หรือเกิดมาจากสามัญสำนึกหรือความรู้สึกภายในตัวผู้ประกอบการ เป็นต้น การดำเนินการในการสร้างสินค้าหรือบริการเพื่อทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ เกิดจากความสามารถในการบริหารจัดการโอกาสที่ผ่านเข้ามา ภาวะผู้ประกอบการจะบริหารจัดการใช้ทรัพยากร และสร้างความพร้อมในตัวทรัพยากรให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ตั้งแต่ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อการผลิตสินค้าใหม่และกระทำก่อนผู้อื่น การมีความเชี่ยวชาญที่เหนือกว่าผู้อื่น ความสามารถในการจัดหาทรัพยากรที่มีต้นทุนที่เหมาะสม และ เพียงพอต่อการใช้ หรือสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าได้

ผลการสำรวจโดยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 125 รายในบทที่ 6 เกี่ยวกับการแสดงออกในด้านภาวะนำอย่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ (คูตารางที่ 6.5 – 6.8) ตามนิยามปฏิบัติการ (คูตารางที่ 5.1) ได้แสดงให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของภาวะผู้ประกอบการที่ผลจากสำรวจยืนยันสนับสนุนตามนิยามความหมายของภาวะผู้ประกอบการ

7.3.2 องค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการ

แม้ว่าการศึกษาที่ผ่านมาจะมีการศึกษาเรื่องภาวะผู้ประกอบการมาในระยกว่า 3 ทศวรรษ แต่ก็ยังไม่มีข้อสรุปตัวแบบของภาวะผู้ประกอบการ (Swedberg, 2007) ผลการศึกษาครั้งนี้ได้สรุปนำเสนอตัวแบบองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ภาพที่ 4.1) ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ปัจจัยการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ องค์ประกอบทั้ง 4 ด้านได้บูรณาการร่วมกันเป็นปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการดำเนินการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามที่ได้ทดสอบตัวแบบการวัด (หัวข้อที่ 6.2.3)

7.3.3 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภาวะผู้ประกอบการกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ที่ผ่านมาการศึกษาปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้น ส่วนมากเป็นการศึกษาที่เน้นปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเป็นตัวแปรต้น เช่น

ภาวะผู้นำแบบผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการขององค์กร (Tarabishy, 2005) คุณลักษณะของผู้นำอย่างผู้ประกอบการ (Gupta, et al., 2004) ผลกระทบจากภาวะผู้นำและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่มีต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไต้หวัน (Yang, 2006) การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์แบบผู้ประกอบการในสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เป็นมิตรและเป็นคู่แข่ง (Covin and Slevin, 1989) องค์กรประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการ (Lumpkin and Dess, 1996) ผู้ประกอบการและการรับรู้โอกาส (Gaglio and Taub, 1992) ทฤษฎีการค้นหากและพัฒนาโอกาสธุรกิจ (Ardichvili, Cardozo, and Ray, 2003) ภาวะผู้ประกอบการภายใต้ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร (Alvarez and Busenitz, 2001) หลักสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร (Peteraf, 1993) เป็นต้น ผลการศึกษาที่ผ่านมาได้มีผลลัพธ์ที่ไม่แน่นอน ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการบางงานวิจัยก็มีผลต่อผลประกอบการ และบางงานวิจัยก็ไม่นับสนุนผลประกอบการ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นงานวิจัยภาวะผู้ประกอบการยังขาดการบูรณาการที่นำเอาองค์ประกอบของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการมาศึกษาร่วมกัน ซึ่งจะให้ภาพรวมที่สามารถทำความเข้าใจในเรื่องภาวะผู้ประกอบการได้ชัดเจนกว่า ตัวแบบที่ได้นำเสนอไว้ในภาพที่ 7.2 ได้แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ คือปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่วิสาหกิจนั้นได้เปิดดำเนินการมาเป็นเวลานาน ปัจจัยการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการคือปัจจัยที่สำคัญเป็นอันดับที่สองต่อจากปัจจัยภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ เนื่องจากหากปราศจากโอกาสทางธุรกิจแล้ว การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการและการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการก็จะไม่เกิดขึ้น

7.4 คุณค่าการศึกษา

7.4.1 ด้านการประเมินภาวะผู้ประกอบการ

แม้ว่าความเชื่อที่ว่าความสำเร็จของการประกอบการของวิสาหกิจนั้นมีส่วนสำคัญมาจากตัวผู้ประกอบการมากกว่าปัจจัยเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกอื่นๆ (Carter and Jones-Evans, 2000) แต่คุณลักษณะพื้นฐานประจำตัวของผู้ประกอบการเพียงด้านเดียวก็ไม่สามารถนำมาอธิบายการมีภาวะผู้ประกอบการได้อย่างน่าเชื่อถือ (Carter and Jones-Evans, 2006) เพราะว่าภาวะผู้ประกอบการนั้นมีหลายมิติ (Low and MacMillan, 1988) และพลังในการอธิบายภาวะผู้ประกอบการได้คือน่าจะมาจากสิ่งที่เป็นการกระทำหรือการดำเนินการ (Bygrave and Hofer, 1991; Shane and Venkataraman, 2000) ดังนั้นการประเมินภาวะผู้ประกอบการตามปัจจัยองค์ประกอบภาวะ

ผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ จะเป็นการบ่งชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจมีระดับภาวะผู้ประกอบการเป็นอย่างไร

การประเมินภาวะผู้ประกอบการจากปัจจัยทั้ง 4 ด้านทำให้สามารถประเมินความสามารถในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจแต่ละแห่ง เทียบกับวิสาหกิจตนเอง เทียบกับวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกัน หรือ ต่างกลุ่มได้ ผลการประเมินภาวะผู้ประกอบการ จะทำให้เห็นระดับความพร้อมของวิสาหกิจและสามารถบ่งชี้ในประเด็นให้การช่วยเหลือหรือการให้การปรึกษาต่อวิสาหกิจเพื่อทำให้เกิดผลการประกอบการที่ดีขึ้นได้

นอกจากนั้นการประเมินภาวะผู้ประกอบการยังสามารถกระทำในระดับภาพรวมหรือแยกตามประเภทอุตสาหกรรมเพื่อใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายต่อภาคธุรกิจในแต่ละประเภทได้ รวมทั้งเป็นการติดตามการพัฒนาหรือความก้าวหน้าของวิสาหกิจในภาพรวมหรือแยกออกเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมได้

การประเมินภาวะผู้ประกอบการนับว่ามีข้อดีเนื่องจากการสำรวจข้อมูลนี้ไม่ต้องการข้อมูลผลประกอบการของวิสาหกิจซึ่งถูกมองว่าเป็นความลับในการประกอบธุรกิจ แต่เป็นการสำรวจความสามารถในการประกอบธุรกิจในทางอ้อมทั้ง 4 ปัจจัย ซึ่งเป็นการบ่งชี้ถึงโอกาสที่วิสาหกิจนั้นจะประสบความสำเร็จในการประกอบการต่อไป ทั้งนี้เป็นเพราะว่าภาวะผู้ประกอบการมีความเชื่อมโยงกับผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามผลการวิจัยนี้ และการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ที่ผ่านมา (Covin and Slevin, 1989)

7.4.2 ด้านทฤษฎีภาวะผู้ประกอบการ

แต่เดิมนั้นการศึกษาภาวะผู้ประกอบการเป็นเพียงการศึกษาที่ให้ความสำคัญลักษณะคุณสมบัติของผู้ประกอบการ เป็นการมุ่งเน้นไปที่การก่อตั้งวิสาหกิจ ผู้ที่มีภาวะผู้ประกอบการคือผู้ที่สามารถก่อตั้งธุรกิจของตนเองได้ หรือศึกษาแต่ในเพียงบางส่วนในการกระทำของผู้ประกอบการที่ไม่ได้เชื่อมโยงกัน ในระยะหลังเป็นการเน้นไปที่การศึกษาการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กับผลการประกอบการ

ข้อสรุปในการศึกษาเรื่องภาวะผู้ประกอบการก็คือในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมาแม้ว่าได้มีการศึกษาในหลายต่อหลายด้านด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นด้าน การบ่งชี้หรือการหาโอกาสทางธุรกิจ พฤติกรรมภาวะผู้ประกอบการ สภาวะแวดล้อมที่มีผลต่อผลประกอบการ คุณลักษณะผู้ประกอบการ อิทธิพลของเครือข่าย การอยู่รอดและการเติบโต และการร่วมทุน (Gregoire, et al., 2006) แต่ก็ยังไม่มีการศึกษาสรุปเป็นทฤษฎีภาวะผู้ประกอบการที่เป็นยอมรับกันทั่วไป (Swedberg, 2007)

ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าการศึกษาที่ผ่านมายังไม่มีการยอมรับต่อนิยามความหมายของภาวะผู้ประกอบการ (Amit, et al., 1993) และภาวะผู้ประกอบการนั้นครอบคลุมไปถึงการดำเนินการภายหลังจากที่มีการก่อตั้งวิสาหกิจ ซึ่งหมายความว่าภาวะผู้ประกอบการนั้นมีผลต่อการประกอบกิจการของวิสาหกิจด้วย (Covin and Slevin, 1991) โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Zahra and Covin, 1995)

แม้ว่าจะเป็นที่ยอมรับกันว่าภาวะผู้ประกอบการเป็นมโนทัศน์ที่มีความซับซ้อนไม่สามารถอธิบายได้โดยทฤษฎีใดทฤษฎีหนึ่งเพียงทฤษฎีเดียว (Low and MacMillan, 1988) แต่การศึกษาที่ผ่านมาไม่ได้มีการบูรณาการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายภาวะผู้ประกอบการ (Lumpkin and Dess, 1996) การทำความเข้าใจต่อภาวะผู้ประกอบการที่มีพฤติกรรมหลายด้านจำเป็นต้องการบูรณาการความรู้ด้วยมุมมองใหม่ (Paradigm Shift) (Kuhn, 1970) และสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาภาวะผู้ประกอบการคือการเชื่อมโยงกับผลการประกอบการของวิสาหกิจ (Brazeal and Herbert, 1999) นอกจากภาวะผู้ประกอบการจะเป็นสิ่งที่ยอมรับว่าทำให้เกิดการก่อตั้งวิสาหกิจใหม่แล้ว การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้ประกอบการกับผลการประกอบการของวิสาหกิจยังได้ทำให้เห็นความเชื่อมโยงของหน้าที่ภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการ ดังนั้นจึงทำให้ภาวะผู้ประกอบการไม่เป็นแต่เพียงการสร้างวิสาหกิจใหม่เท่านั้น แต่ยังไม่มีความชัดเจนในทางวิสาหกิจในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้ประกอบการ การพัฒนาหรือการสร้างผลประกอบการกลับเป็นหน้าที่ของการบริหารธุรกิจ เช่น การบริหารการตลาด การบริหารการผลิต หรือการบริหารการเงิน เท่านั้น

อย่างไรก็ตามเพราะว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นวิสาหกิจที่มีความสำคัญต่อความมั่นคงและการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้ประกอบการจึงให้คุณค่าในการศึกษาบทบาทหน้าที่ของภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ผลงานการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้นำเสนอว่าภาวะผู้ประกอบการนั้นเป็นมโนทัศน์ที่มีองค์ประกอบ 4 ด้าน ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการโอกาสอย่างผู้ประกอบการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ร่วมกันมีผลที่นำไปสู่การประกอบการที่ดีได้

ผลการศึกษา (ดูภาพที่ 7.2) ได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยภาวะผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้านร่วมกันมีความสัมพันธ์กับผลประกอบการของวิสาหกิจ การขาดปัจจัยอย่างหนึ่งอย่างใดออกไปนั้น ทำให้ไม่สามารถบ่งบอกได้ว่าภาวะผู้ประกอบการนั้นเชื่อมโยงกับผลประกอบการอย่างไร การรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะมาจากความรู้ที่มี ประสบการณ์ หรือจากการเชื่อมโยงกับสังคม

ภายนอก เป็นองค์ประกอบที่เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้วิสาหกิจมองเห็นโอกาสในการทำธุรกิจ ปรับปรุงหรือพัฒนาโอกาสเป็นจุดที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการในการดำเนินการในการนวัตกรรมสินค้าหรือบริการ การเล็งเห็นตัดสินใจ และการรุกในธุรกิจ อีกด้านหนึ่งคือการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจที่ได้มาด้วยการใช้ประโยชน์ในตัวทรัพยากรที่มีให้ดีกว่าผู้อื่น รวมทั้งการจัดให้มีทรัพยากรที่เพียงพอในการดำเนินการในทุกมิติ ผลลัพธ์ของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการและการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการจะต้องผ่านการดำเนินการด้วยการทำงานของบุคลากรในวิสาหกิจ ภาวะผู้นำในองค์การจะช่วยให้องค์การยกระดับการดำเนินการจากผลลัพธ์ของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ หรือ จากการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ด้วยการบันดาลใจ โน้มน้าวใจ และการจูงใจ ให้ทุกคนมีความมุ่งมั่นร่วมกันดำเนินการเพื่อวิสาหกิจให้ประสบความสำเร็จ

ผลการศึกษานี้ถือได้ว่าเป็นก้าวหนึ่งในการพัฒนาทฤษฎีภาวะผู้ประกอบการ ที่ได้ดำเนินการตามประเด็นการศึกษาที่ขาดหายไป โดยได้ทำการบูรณาการทฤษฎีที่สามารถนำมาใช้อธิบายภาวะผู้ประกอบการ ซึ่งได้แก่ ทฤษฎีภาวะผู้นำ ทฤษฎีการบริหารเชิงกลยุทธ์ ทฤษฎีการรู้จักคิด และทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากร และได้สร้างตัวแบบการวัดของปัจจัยต่างๆเหล่านี้เพื่อนำไปใช้ในการประเมินหรือวัดภาวะผู้ประกอบการ ได้ การพิสูจน์เชิงประจักษ์ระหว่างปัจจัยภาวะผู้ประกอบการทำให้เห็นการเชื่อมโยงปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นการศึกษาเชิงประจักษ์เพื่อพิสูจน์ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีผลการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

7.5 ประโยชน์ของการศึกษา

7.5.1 ประโยชน์ด้านการบริหารจัดการ

การวิจัยในครั้งนี้ได้แสดงให้เห็นถึง สิ่งที่เป็นบทบาทหน้าที่หรือการกระทำของผู้ประกอบการหรือภาวะผู้ประกอบการ ทั้ง 4 ด้านคือ ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์ทดสอบ (Benchmark) เพื่อใช้ตรวจสอบและเพิ่มพูนความสามารถของภาวะผู้ประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ องค์การใดที่เมื่อทำการตรวจสอบปัจจัยภาวะผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้านแล้วพบว่ามียุคก่อนก็สามารถนำผลการสำรวจไปปรับปรุงได้

กล่าวในอีกมุมมองหนึ่งการสร้างความสำเร็จให้กับวิสาหกิจนั้น สามารถนำเอาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้ประกอบการไปใช้ดำเนินการได้ นอกเหนือไปจากการบริหารวิสาหกิจที่ใช้แนว

ทางการบริหารตามหน้าที่ เช่นการบริหารการตลาด การบริหารการผลิต การบริหารองค์การ และการบริหารการเงิน การบูรณาการภาวะผู้ประกอบการเข้ากับศาสตร์การบริหารธุรกิจทั่วไปจะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสามารถในการแข่งขันได้ดียิ่งขึ้น เพราะว่าภาวะผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านต่างๆที่เป็นปัจจัยหรือความสามารถภายในของวิสาหกิจ

ในด้านการวัดผลการประกอบการนั้น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสำคัญในด้านการทำกำไรเป็นอันดับแรก ก่อนด้านการเติบโต และด้านความมั่นคงในการอยู่รอด ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องเน้นการดำเนินการที่มุ่งเน้นให้เกิดการสร้างกำไรจากการดำเนินการ มากกว่าการสร้างวิสาหกิจให้มีการเจริญเติบโต ซึ่งการเติบโตจะเป็นผลที่เกิดจากการที่วิสาหกิจมีกำไรมากกว่าการเน้นให้เกิดการเติบโตขึ้น

7.5.2 ประโยชน์ด้านการกำหนดนโยบาย

การศึกษาได้ค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภาวะผู้ประกอบการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่าในการพัฒนาให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถดำเนินการได้โดยผ่านการพัฒนาภาวะผู้ประกอบการ ผลการศึกษาได้ชี้ให้เห็นว่าการกำหนดนโยบายการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถดำเนินการได้เป็น 4 ด้านคือ การพัฒนาภาวะผู้นำ การพัฒนาการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาการรับรู้โอกาสธุรกิจ และการพัฒนาการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจ โดยผลที่เกิดจากการพัฒนาทั้ง 4 ด้านนี้จะส่งผลไปยังผลการประกอบการของวิสาหกิจในที่สุด

นโยบายการพัฒนาภาวะผู้นำ เป็นการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการหรือกลุ่มผู้นำในวิสาหกิจให้มีความสามารถในการบังคับจิตใจ การโน้มน้าวใจ และการจูงใจ เพื่อร่วมกันยกระดับความสามารถขององค์กรให้เข้ากับโอกาสของธุรกิจ

นโยบายในการพัฒนาการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เป็นการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจ การใช้เหตุผล การเลือกทางเลือกที่เหมาะสม ต่อการนวัตกรรม การกล้าเสี่ยง และการรุกในธุรกิจ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นโยบายในการพัฒนาการรับรู้โอกาสธุรกิจ เป็นการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้ความรู้ ประสบการณ์ และการสร้างความสัมพันธ์ต่อสังคมหรือชุมชนที่นำไปสู่โอกาสทางธุรกิจ

นโยบายในการพัฒนาการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจ เป็นการพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสมต่อโอกาสธุรกิจ จนเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

7.6 ข้อจำกัดของการวิจัย

บทสรุปที่ได้จากการวิจัยนี้ มีความท้าทายต่อการแปลความหมายและการนำไปใช้ค่อนข้างมาก ในส่วนนี้จึงเป็นการนำเสนอข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในระหว่างการวิจัย เพื่อสำหรับใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตีความหมายหรือเป็นข้อควรระวังเมื่อต้องการนำไปอ้างอิงการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรมนิยามความหมายผู้ประกอบการและภาวะผู้ประกอบการเป็นการทบทวนจากวรรณกรรมที่ผ่านการตีความหมายจากการวิจัยที่ผ่านมา ซึ่งอาจจะมีค่านิยมหรือความเอนเอียงของผู้วิจัยปนลงไปด้วย ที่สำคัญความหมายภาวะผู้ประกอบการเหล่านี้เป็นความหมายในมุมมองและบริบทของการวิจัยตะวันตก ซึ่งไม่มากก็น้อยย่อมที่จะแตกต่างไปจากวัฒนธรรมเอเชีย โดยเฉพาะประเทศไทย

สิ่งที่ค้นพบได้มาจากข้อมูลที่ผ่านการสุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างคละกันระหว่างภาคอุตสาหกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นสิ่งที่ค้นพบจึงเป็นการค้นพบจากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกันในประเภทและวิธีการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อีกประการหนึ่งการเก็บตัวอย่างในครั้งนี้เป็นช่วงเวลาประเทศเกิดวิกฤตการณ์ 2 ด้านคือจากภายนอกเป็นวิกฤตการณ์สถาบันการเงินในประเทศสหรัฐอเมริกาในปลายปี 2552 ถึง ต้นปี 2553 ที่ส่งผลมายังภาคธุรกิจของประเทศไทย และจากความวุ่นวายทางการเมืองจากความขัดแย้งทางความคิดตั้งแต่ปลายปี 2552 เป็นต้นมา ทั้งสองกรณีทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับผลกระทบ ทั้งด้านข้อมูลและการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

สาเหตุอีกประการหนึ่งที่การเก็บข้อมูลไม่ได้แยกกลุ่มอุตสาหกรรมก็เนื่องมาจากจำนวนประชากรในแต่ละกลุ่มนั้นไม่แน่นอน การระบุเป็นกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งอาจจะทำให้ไม่มีปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่เพียงพอในการวิจัย เมื่อพิจารณาจากแบบสอบถามที่ได้รับกลับมา

ข้อจำกัดที่สำคัญที่สุดในการวิจัยครั้งนี้การได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพียงร้อยละ 14.5 ได้รับกลับมา 145 ฉบับมีข้อมูลไม่ครบ 20 ฉบับใช้ได้เพียง 125 ฉบับ ซึ่งแม้ว่าจะเพียงพอตามข้อแนะนำในการวิเคราะห์ทางสถิติของโปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้าง (Hair, et al., 2006) แต่ปริมาณที่ได้รับถ้ามีปริมาณที่มากกว่านี้ก็ทำให้เกิดความมั่นใจต่อผลการวิเคราะห์ทางสถิติ สาเหตุที่ทำให้ได้รับความร่วมมือไม่มากเท่าที่ควร อาจจะมาจากการที่แบบสอบถามนั้นต้องการข้อมูลผลประกอบการของวิสาหกิจในรอบปีที่ผ่านมาซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องค้นหาและทำการคำนวณออกมาเป็นอัตราส่วน จึงไม่ต้องการเสียเวลาเพื่อเรื่องดังกล่าว

การเก็บข้อมูลแบบตัดขวาง (Cross-Sectional) ที่เวลาหนึ่ง ก็เป็นข้อจำกัดอีกประการหนึ่งในการศึกษาภาวะผู้ประกอบการที่เป็นปรากฏการณ์ที่จำเป็นต้องใช้เวลาระยะหนึ่งในการทำให้

เกิดผลได้ (Low and MacMillan, 1988) การใช้ข้อมูลแบบตัดขวางนี้ทำให้การสรุปความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลของภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการนั้นจำเป็นต้องอ้างอิงความเป็นเหตุเป็นผลจากการทบทวนวรรณกรรม และต้องใช้โปรแกรมการวิเคราะห์หลายตัวแปรในระดับที่สูงขึ้นไป คือ โปรแกรมตัวแบบสมการโครงสร้าง ที่เป็นการศึกษาความแปรปรวนร่วมของตัวสร้างต่างๆ ในกรอบแนวคิดการวิจัย

ประการสุดท้ายการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ถือเอาปัจจัยภายนอกเป็นตัวแปรที่มาก่อน (Antecedent) ไม่ได้ได้นำมาร่วมในการศึกษาด้วย เนื่องจากต้องการให้ความสำคัญกับนิยามความหมาย นิยามปฏิบัติการของภาวะผู้ประกอบการ รวมทั้งความสัมพันธ์ที่มีระหว่างภาวะผู้ประกอบการกับผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอันดับแรก

7.7 ข้อเสนอแนะในการศึกษาในอนาคต

สิ่งที่ค้นพบในการวิจัยครั้งนี้คือ องค์ประกอบภาวะผู้ประกอบการ ที่ประกอบด้วย ภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ การรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ และการบริหารจัดการโอกาสทางธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ แม้ว่าองค์ประกอบเหล่านี้จะได้รับการยืนยันแล้วมีส่วนร่วมเป็นภาวะผู้ประกอบการแต่ฐานคิดของภาวะผู้ประกอบการก็ยังสามารถที่จะมีปัจจัยด้านอื่น จากทฤษฎีอื่น โดยเฉพาะด้านจิตวิทยาหรือสังคมวิทยา อาจจะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของภาวะผู้ประกอบการได้

การทดสอบตัวแบบภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการของวิสาหกิจ โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันและมีจำนวนมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ควรศึกษาค้นคว้าก็คือกลุ่มวิสาหกิจขนาดใหญ่ เพื่อเป็นการเพิ่มมุมมองความรู้ถึงภาวะผู้ประกอบการที่มีผลต่อวิสาหกิจที่มีโครงสร้างขนาดใหญ่มีระบบการบริหารที่ให้ความสำคัญต่อวิธีการบริหารธุรกิจของผู้บริหารมากกว่าการตัดสินใจโดยแนวทางของผู้ประกอบการ

การศึกษาภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลประกอบการแยกออกเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม ซึ่งจะทำให้เห็นบทบาทหน้าที่ของปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่แตกต่างกันไปในอุตสาหกรรมแต่ละประเภท โดยที่ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการอาจจะมีความสัมพันธ์ในลำดับที่ไม่เหมือนกัน และการศึกษาในช่วงที่ภาวะเศรษฐกิจดีก็จะทำให้เห็นอิทธิพลของภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อผลการประกอบการที่แตกต่างออกไป

สุดท้ายการศึกษาภาวะผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการประกอบการ ในครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลแบบตัดขวาง การศึกษาข้อมูลแบบช่วงเวลา (Longitudinal Data) อาจจะให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้ประกอบการกับผลประกอบการที่แตกต่างออกไปได้

7.8 สรุป

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหน่วยเศรษฐกิจที่สำคัญของเศรษฐกิจทั่วโลก นอกจากนโยบายการเพิ่มจำนวนวิสาหกิจประเภทนี้เพื่อทำให้เกิดการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจ จะได้รับการยอมรับว่าเป็นเป้าหมายหลักของทุกประเทศรวมทั้งประเทศไทย แต่การพัฒนาคุณภาพวิสาหกิจเหล่านี้ก็กลายเป็นประเด็นสำคัญเช่นเดียวกัน งานวิจัยปัจจุบันที่มีผลต่อผลการประกอบการของวิสาหกิจกลุ่มนี้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้ประกอบการมีจำนวนน้อยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่าภาวะผู้ประกอบการมีส่วนช่วยในการทำให้ผลการประกอบการของวิสาหกิจมีกำไร มีการเติบโต และมีความมั่นคงต่อการอยู่รอด การพัฒนาคุณภาพของวิสาหกิจขนาดเล็กทำได้ด้วยการพัฒนาศักยภาพภาวะผู้ประกอบการไปพร้อมกับการเพิ่มโอกาสในของการประกอบธุรกิจที่ดำเนินการโดยภาครัฐ ซึ่งการพัฒนาภาวะผู้ประกอบการจะเกิดผลทางตรงและมีความรวดเร็วกว่านโยบายการพัฒนาด้านอื่นที่ต้องใช้งบประมาณและความซับซ้อนมากกว่า

บรรณานุกรม

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2545. **แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (พ.ศ. 2545-2549)**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงอุตสาหกรรม.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2550. **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2549 และแนวโน้มปี 2550**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สุจิตรา บุญยรัตพันธุ์. 2546. **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับรัฐประศาสนศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สมาธรรม.
- Alvarez, S. A. and Busenitz, L. W. 2001. The Entrepreneurship of Resource-Based Theory. **Journal of Management**. 27 (6) : 755-775.
- Amit, R., Glosten, L., & Muller, E. 1993. Challenges to Theory Development in Interpreneurship Research. **Journal of Management**. 30 (5): 815-834.
- Ansoff, H. 1965. **Corporate Strategy: an Analytic Approach to Business Policy for Growth and Expansion**. New York: McGraw-Hill.
- Ardichvili, A.; Cardozo, R. and Ray, S. 2003. A Theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development. **Journal of Business Venturing**. 18 (1): 105-123.
- Barney, J. 1991. Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. **Journal of Management**. 17 (1): 99.
- Bass, B. 1985. **Leadership and Prformance Beyond Expectations**. New York: Free Press.
- Bolden, R.; Gosling, J.; Marturano, A. and Dennison, P. 2003. **A Review of Leadership Theory and Competency Frameworks**. Edited Version of a Report for Chase Consulting and the Management Standards Centre. United Kingdom: Centre for Leadership Studies University of Exeter.
- Bosma, N. and Harding, R. 2007. **Global Entrepreneurship Monitor: GEM 2006 Results**. London: London Business School.

- Brazeal, D. V. and Herbert, T. T. 1999. **The Genesis of Entrepreneurship**. Retrieved October 29, 2009 from http://findarticles.com/p/articles/mi_hb6648/is_3_23/ai_n28740590/
- Brush, C. and Vanderwerf, P. 1992. A Comparison of Methods and Sources for Obtaining Estimates of New Venture Performance. **Journal of Business Venturing**. 7 (2): 157-170.
- Burns, J. M. 1978. **Leadership**. New York: Harper & Row.
- Bygrave, W. D. and Hofer, C. W. 1991. Theorizing about Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**. 16 (2): 13.
- Campbell, J. 1977. On the Nature of Organizational Effectiveness. In **New perspectives on Organizational Effectiveness**. Goodman, Paul S, and Pennings, Johannes M. eds. San Francisco: Jossey-Bass. Pp. 13, 55.
- Cantillon, R. 1931. **Essai Sui La Nature Du Commerce En General**. London: Macmillan & Co.
- Carter, S. and Jones-Evans, D. 2000. **Enterprise and Small Business: Principles. Practice and Policy**. Harlow: Pearson Education.
- Carter, S. and Jones-Evans, D. 2006. **Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy**. Harlow, England: Financial Times, Prentice Hall.
- Carton, R.;Hofer, C. and Meeks, M. 1997. **The Entrepreneur and Entrepreneurship: Operational Definitions of Their Role in Society**. Retrieved October 29, 2009 from <http://www.sbaer.uca.edu/research/1998/ICSB/k004.htm>
- Chaganti, R. and Parasuraman, S. 1996. A Study of the Impacts of Gender on Business Performance and Management Patterns in Small Businesses. **Entrepreneurship Theory and Practice**. 21: 73-75.
- Chakravarthy, B. 1986. Measuring Strategic Performance. **Strategic Management Journal**. 7 (5): 437-458.
- Chandler, A. 1973. **Strategy and Structure**. Cambridge, MA: MIT Press
- Chandler, G. and Hanks, S. 1994. Market Attractiveness, Resource-Based Capabilities, Venture Strategies, and Vnture Prformance. **Journal of Business Venturing**. 9 (4); 331-349.
- Christensen, P.; Madsen, O. and Peterson, R. 1989. **Opportunity Identification: the Contribution of Entrepreneurship to Strategic Management**. Denmark: Aarhus University Institute of Management.

- Collins, O. and Moore, D. 1964. **The Enterprising Man**. East Lansing: Bureau of Business and Economic Research, Graduate School of Business Administration, Michigan State University.
- Conner, K. and Prahalad, C. 1996a. A Resource-Based Theory of the Firm: Knowledge Versus Opportunism. **Organization Science**. 7 (5): 477.
- Conner, K. and Prahalad, C. 1996b. A Resource-Based Theory of the Firm: Knowledge Versus Opportunism. **Organization Science**. 7 (5): 477-501.
- Connolly, T.; Conlon, E. and Deutsch, S. 1980. Organizational Effectiveness: a Multiple-Constituency Approach. **Academy of Management Review**. 5 (2): 211-217.
- Cooper, A. C. 1979. **Strategic Management: New Ventures and Small Business**. Boston: Little, Brown.
- Covin, J. G. and Slevin, D. P. 1989. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. **Strategic Management Journal**. 10 (1): 75-87.
- Covin, J. G. and Slevin, D. P. 1991. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. **Entrepreneurship Theory and Practice**. 16 (1): 17.
- Cunningham, J. B. and Lischeron, J. 1991. Defining Entrepreneurship. **Journal of Small Business Management**. 29, 1 (January): 45.
- Darling, J.; Keeffe, M. and Ross, J. 2007. Entrepreneurial Leadership Strategies and Values: Keys to Operational Excellence. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**. 20 (1): 41.
- Davies, W. 2000. **Understanding Strategy**. *Strategy & Leadership*. 28 (5): 25-30.
- De Koning, A. and Muzyka, D. 1999. **Conceptualizing Opportunity Recognition as a Socio-Cognitive Process**. Stockholm: Centre for Advanced Studies in Leadership.
- Dess, G. G.; Lumpkin, G. T. and Covin, J. G. 1997. Entrepreneurial Strategy Marketing and Performance Tests of Contingency and Configurational Models. **Strategic Management Journal**. 18 (9): 677-695.
- Dess, G. G. and Robinson, R. B. 1984. Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures: the Case of the Privately-Held Firm and Conglomerate Business Unit. **Strategic Management Journal**. 5 (3): 265-273.

- Devinney, T. M. et al. 2005. **Measuring Organizational Performance in Management Research: A Synthesis of Measurement Challenges and Approaches**. Retrieved October 29, 2009 from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=814285
- DiMaggio, P. and Powell, W. 1983. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. **American Sociological Review**. 48 (2): 147-160.
- Donaldson, G. and Lorsch, J. 1983. **Decision Making at the Top: the Shaping of Strategic Direction**. New York: Basic Books
- Drucker, P. 2000. The Change Leader. **National Productivity Review**. 19 (2): 13-20.
- Dubrin, A. 2001. **Leadership**. 3rd ed. Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Estes, W. 1975. **Handbook of Learning and Cognitive Processes**. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Etzioni, A. 1964. **Modern Organisations**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Fabowale, L.; Orser, B. and Riding, A. 1995. **Gender, Structural Factors, and Credit Terms Between Canadian Small Businesses and Financial Institutions**. Retrieved October 29, 2009 from http://www.questia.com/googleScholar.qst;jsessionid=0B5EAD093F4B252140FBCA45634A8E50.inst1_2b?docId=5002267510
- Fiske, S. and Taylor, S. 1991. **Social Cognition**. 2nd ed. New York: McGrawHill.
- Fontaine, P. 1999. Classical Political Economy between Two Fires: Jean-Baptiste Say and Frank H. Knight on the Enterprise Economy. *History of political economy*, 31, 1-28.
- Ford, J., & Schellenberg, D. 1982. Conceptual Issues of Linkage in the Assessment of Organizational Performance. **Academy of Management Review**. 7 (1): 49-58.
- Fritz, R. 1986. **The leader as Creator: Transforming Leadership: from Vision to Results**. Alexandria, VA,: Miles River Press. Pp. 159-182.
- Gaglio, C. and Taub, R. 1992. Entrepreneurs and Opportunity Recognition. **Frontiers of Entrepreneurship Research**. 12: 136-147.
- Gartner, W. 1985. A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. **Academy of Management Review**. 10 (4): 696-706.
- Gartner, W. 1988. Who is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. **American Journal of Small Business**. 12 (4): 11-32.

- Gartner, W. B. et al. 1994. Finding the Entrepreneur in Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice.** 18 (3): 5.
- Gibson, J. L. et al. 2006. **Organizations: Behavior, Structure and Processes.** New York: McGraw-Hill.
- Gregoire, D. A. ET et al. 2006. Is There Conceptual Convergence in Entrepreneurship Research? A Co-Citation Analysis of Frontiers of Entrepreneurship Research, 1981-2004. **Entrepreneurship Theory and Practice.** 30 (3): 333-373.
- Grimm, C. M.; Lee, H. and Smith, K. G. 2006. **Strategy as Action.** New York, NY: Oxford University Press.
- Gupta, V.; MacMillan, I. C. and Surie, G. 2004. Entrepreneurial Leadership: Developing and Measuring a Cross-Cultural Construct. **Journal of Business Venturing.** 19 (2): 241-260.
- Hair, J. et al. 2006. **Multivariate Data Analysis.** 6th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hansen, G. and Wernerfelt, B. 1989. Determinants of Firm Performance: the Relative Importance of Economic and Organizational Factors. **Strategic Management Journal.** 10 (5): 399-411.
- Hayek, F. 1945. The Use of Knowledge in Society. **American Economic Review.** 35: 519-530.
- Hills, G.; Lumpkin, G. and Singh, R. 1997. Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviors of Entrepreneurs. **Frontiers of Entrepreneurship Research.** 17: 168-182.
- Hisrich, R. and Peters, M. 1995. **Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise.** Irwin: Homewood.
- House, R. 1977. A 1976 Theory of Charismatic Leadership. In **Leadership: The cutting Edge.** J. G. Hunt and L. L. Larson. Eds. Illinois: Southern Illinois University.
- Jennings, P. and Beaver, G. 1997. The Performance and Competitive Advantage of Small Firms: a Management Perspective. **International Small Business Journal.** 15 (2): 63.
- Kaish, S. and Gilad, B. 1991. Characteristics of Opportunities Search of Entrepreneurs Versus Executives: Sources, Interests, General Alertness. **Journal of Business Venturing.** 6 (1): 45-61.

- Kaplan, R. S. and Norton, D. P. 1992. The Balanced Scorecard—Measures That Drive Performance. **Harvard business Review**. 70, 1 (January/February):71-79.
- Kauranen, I. 1993. **The Success of a Newly Established Industrial Company**. Doctoral dissertation, Helsinki University of Technology, Helsinki.
- Kerlinger, F. 1986. **Foundations of Behavioral Research**. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Kirzner, I. M. 1979. **Perception, Opportunity, Andprofit**. Chicago: University of Chicago Press.
- Kirzner, I. M. 1986. Subjectivism, Intelligibility and Economic Understanding: Essays in Honor of Ludwig M. Lachmann on His Eightieth Birthday. New York: New York University Press.
- Kirzner, I. M. 1997. Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process: An Austrian Approach. **Journal of Economic Literature**. 35 (1): 60-85.
- Kuhn, T. S. 1970. **The Structure of Scientific Revolutions**. Chicago: University of Chicago Press
- Kuratko, D. and Hodgetts, R. 2007. **Entrepreneurship: Theory, Process, Practice**. Mason,OH: Thomson South-Western.
- Landes, D. 1969. **The Unbound Prometheus: Technological Change and Industrial Development in Western Europe from 1750 to the Present**. Cambridge: Cambridge University Press.
- Leibenstein, H. 1968. Entrepreneurship and Development. **American Economic Review**. 58 (2): 72-83.
- Lemak, D. et al. 1996. **The ABCs of Customer-Centered Performance Measures**. Retrieved December, 29 2009 http://findarticles.com/p/articles/mi_hb6698/is_n2_v61/ai_n28673383/SAM.
- Little, I.; Mazumdar, D. and Page, J. 1987. **Small Manufacturing Enterprises: a Comparative Analysis of India and Other Economies**. New York: Oxford University Press.
- Low, M. B. 2001. The Adolescence of Entrepreneurship Research: Specification of Purpose. **Entrepreneurship: Theory and Practice**. 25 (4): 17-26.

- Low, M. B. and MacMillan, I. C. 1988. Entrepreneurship: Past research and Future Challenges. **Journal of Management.** 14 (2): 139-161.
- Luk, T. 1996. Success in Hong Kong: Factors self-reported by Successful Small Business Owners. **Journal of Small Business Management.** 34 (3).
- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G. 1996. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. **The Academy of Management Review.** 21 (1): 135.
- Lumpkin, G. T. and Dess, G. G. 2001. Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: the Moderating Role of Environment and Industry Life Cycle. **Journal of Business Venturing.** 16 (5): 429-451.
- Maltz, A. 2000. **Defining and Measuring Organizational Success: A Multidimensional Model.** Doctoral dissertation, Stevens Institute of Technology, Hoboken.
- March, J. G. and Sutton, R. I. 1997. Organizational Performance as a Dependent Variable. **Organization Science.** 8 (6): 698-706.
- Matzler, K. et al. 2008. The Relationship Between Transformational Leadership, Product Innovation and Performance in SMEs. **Journal of Small Business and Entrepreneurship.** 21 (2): 139.
- Mayo, D. T. et al. 2002. Influences on Entrepreneurial Awareness: Internal vs. External Motivations Editorial Review Boards. 8 (2):79.
- McClelland, D. 1961. **The Achieving Society.** Princeton: NJ: Van Nostrand.
- McClelland, D. 1985. How Motives, Skills, and Values Determine What People Do. **American Psychologist.** 40 (7): 812-825.
- Miller, D. 1983. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. **Management Science.** 770-791.
- Mintzberg, H. 1996. Five Ps for Strategy. In **Process—Concepts, Contexts and Cases.** Mintzberg, H. and Quinn, Jn. Eds. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Mitchell, K. R. et al. 2002. Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People side of Entrepreneurship Research. **Entrepreneurship Theory and Practice.** 27 (2): 93.
- Mitchell, R. K. et al. 2007. The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research 2007. **Entrepreneurship Theory and Practice.** 31 (1): 1.

- Murphy, G. B.; Trailer, J. W. and Hill, R. C. 1996. Measuring Performance in Entrepreneurship Research. **Journal of Business Research.** 36 (1): 15-23.
- Nahavandi, A. 2003. **The Art and Science of Leadership.** New York: Prentice Hall.
- Naman, J. L. and Slevin, D. P. 1993. Entrepreneurship and the Concept of Fit: a Model and Empirical Tests. **Strategic Management Journal.** 14 (2): 137-153.
- Neisser, U. 1967. **Cognitive Psychology.** New York. Appleton-Century-Crofts.
- Palich, L. and Ray Bagby, D. 1995. Using Cognitive Theory to Explain Entrepreneurial Risk-Taking: Challenging Conventional Wisdom. **Journal of Business Venturing.** 10 (6): 425-438.
- Pasanen, M. 2003. **In Search of Affecting SME Performance: the Case of Eastern Finland.** Kuopio: Business and Information Technology University.
- Penrose, E. 1963. **The Theory of the Growth of the Firm, Revised Edition.** Oxford: Oxford University Press.
- Peteraf, M. 1993. The Cornerstones of Competitive Advantage: a Resource-Based. **Strategic Management Journal.** 14 (3): 179.
- Pfeffer, J. and Salancik, G. 1978. **The External Control of Organizations: a Resource Dependence Perspective.** New York: Harper & Row.
- Pichate Srisilpsophon. 1999. **Transformational Leadership and Performance Outcomes of Multinational Corporations in Thailand.** Doctoral dissertation, Nova Southeastern University.
- Powell, T. 1992. Organizational Alignment as Competitive Advantage. **Strategic Management Journal.** 13 (2):119-134.
- Raymond, L. and St-Pierre, J. 2003. **Entrepreneurial Antecedents and Performance Outcomes of Organisational Development in Manufacturing SMEs.**
- Rees, W. and Sutcliffe, C. 1994. Quantitative Non-Financial Information and Income Measures: the Case of Long Term Contracts. **Journal of Business Finance and Accounting.** 21: 331.
- Robinson Jr, R. and Pearce, J. 1988. Planned Patterns of Strategic Behavior and Their Relationship to Business-Unit Performance. **Strategic Management Journal.** 43-60.

- Romanelli, E. 1987. New Venture Strategies in the Minicomputer Industry. California **Management Review**. 30 (1): 160-175.
- Sandberg, W. 1992. Strategic Management's Potential Contributions to a Theory of Entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**. 16 (3): 73-90.
- Say, J. B. 1916. **De L'Angleterre Et Des Anglasi**. Paris: Chez Berthoud Et Wheatley.
- Schendel, D. and Hofer, C. 1979. **Strategic Management: a New View of Business Policy and Planning**. Boston, MA.: Little, Brown
- Schollhammer, H. 1982. **Internal Corporate Entrepreneurship**. **Encyclopedia of Entrepreneurship**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Pp.209-223.
- Schollhammer, H. and Kuriloff, A. H. 1979. **Entrepreneurship and Small Business Management**. New York: John Wiley & Sons.
- Schumpeter, J. A. 1934. **The Theory of Economic Development**. New York: Oxford University Press.
- Schumpeter, J. A. 1942. The Process of Creative Destruction. **In Capitalism, Socialism and Democracy**. New York: Harper & Brothers. Pp.82-85.
- Shane, S. 2000. Prior Knowledge and the Discovery of Entrepreneurial Opportunities. **Organization Science**. 11, 4 (July): 448-469.
- Shane, S. and Venkataraman, S. 2000. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. Academy of Management. **The Academy of Management Review**. 25 (1): 217.
- Singh, R. P. 2000. **Entrepreneurial Opportunity Recognition Through Social Networks**. New York: Garland Pub.
- Stevenson, H.; Roberts, M. and Grousbeck, H. 1985. **New Business Ventures and The Entrepreneur**: Homewood. IL Irwin.
- Stevenson, H. H. and Jarillo, J. C. 1990. A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. **Strategic Management Journal**. 11 (5): 17-27.
- Swedberg, R. 2007. **Rebuilding Schumpeter's Theory of Entrepreneurship**. Paper presented at the Conference on Marshall, Schumpeter and Social Science Hitotsubashi University.
- Tarabishy, A. 2005. The Entrepreneurial Leader's Impact on the Organization's Performance in Dynamic Markets. **Journal of Private Equity**. (Fall 2005).

- Tenner, A. and DeToro, I. 1997. **Process Redesign: the Implementation Guide for Reneders:** Harlow: Addison Wesley Longman.
- Thompson, J. D. 1967. **Organizations in Action.** New York: McGraw-Hill.
- Tichy, N. and Devanna, M. 1986. **Transformational Leadership.** New York: Wiley
- Tippawan Lorsuwannarat. 2003. **Modern Organization Theory.** 5th ed. Bangkok: Satfour Printing.
- Uree Cheasakul. 2001. **An Emperical Study of Organizational Performance in Small and Medium Entreprises: an Investigation of Food Processing Industry in Thailand.** Doctoral dissertation, National Institute of Development Administration.
- Venkataraman, S. 1997. The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: An Editor's Perspective. **Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth.** 3: 119-138.
- Venkatraman, N. and Ramanujam, V. 1986. **Measurement of Business Performance in Strategy Research: a Comparison of Approaches.** Retrieved December, 29 2009 <http://www.jstor.org/pss/258398>
- Venkatraman, N. and Ramanujam, V. 1987. Measurement of Business Economic Performance: An Examination of Method Convergence. **Journal of Management.** 13 (1): 109.
- Vesper, K. 1994. **New Venture Experience:** Vector Books Seattle, WA.
- Welsh, J. and White, J. 1981. A Small Business is Not a Little Big Business. **Harvard Business Review.** 59 (4): 18-32.
- Wennekers, S. 2006. **Entrepreneurship at Country Level: Economic and Non-Economic Determinants.** Scales Research Reports.
- Wernerfelt, B. 1984. A Resource-Based View of the Firm. **Strategic Management Journal.** 5 (2):171-180.
- White, R. and Hamermesh, R. 1981. Toward a Model of Business Unit Performance: an Integrative Approach. **Academy of Management Review.** 6 (2): 213-223.
- Whiting, E. 1986. **A Guide to Business Performance Measurements.** London: Macmillan.
- Wiklund, J. 1999. The Sustainability of the Entrepreneurial Orientation-Performance Relationship. **Entrepreneurship: Theory and Practice.** 24(1).

- Wiklund, J. and Shepherd, D. 2005. Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: a Configurational Approach. **Journal of Business Venturing**. 20 (1): 71-91.
- Wolff, J. A. and Pett, T. L. 2006. Small-Firm Performance: Modeling the Role of Product and Process Improvements. **Journal of Small Business Management**. 44 (2): 268-284.
- Yang, C. W. 2006. **The Effect of Leadership and Entrepreneurial Orientation of SMEs on Business Performance in Taiwan**. University of the Incarnate Word.
- Yuchtman, E. and Seashore Stanley, E. 1967. A System Resource Approach to Organizational Effectiveness. **American Sociological Review**. 32 (6): 891-903.
- Yukl, G. and Van Fleet, D. 1982. Cross-Situational, Multimethod Research on Military Leader Effectiveness. **Organizational Behavior and Human Performance**. 30 (1): 87-108.
- Zahra, S. A. and Covin, J. G. 1995. Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: a Longitudinal Analysis. **Journal of Business Venturing**. 10 (1): 43-58.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

☐ ท่านต้องการรายงาน สรุปผลการวิจัยเรื่องนี้

ชุดที่ _____

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

เรื่อง

ภาวะผู้ประกอบการและผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

***** คำตอบของท่านจะถูกเก็บรักษาไว้เป็นความลับไม่เปิดเผยต่อผู้อื่นอย่างเด็ดขาด *****

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ จะถูกนำไปใช้ร่วมกับข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามชุดอื่น โดยประมวลผลออกมาเป็นรายงานทางสถิติ และจะไม่มีการอ้างอิงชื่อหน่วยงานใดหรือบุคคลใดเป็นการเฉพาะเจาะจง

ขอขอบคุณที่ท่านได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างสมบูรณ์ ซึ่งเป็นการช่วยเหลือให้การทำการวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้

ถ้ามีข้อสงสัยหรือต้องการแสดงความคิดเห็นต่อการตอบแบบสอบถามนี้ กรุณาติดต่อที่ คุณวิฑูร เจียมจิตต์ตรง หมายเลขโทรศัพท์ 081-8263454 หรือที่ email: widhoon@gmail.com

ส่วนที่ 1: ข้อมูลของบริษัท

- 1 ปีที่ก่อตั้งบริษัท (พ.ศ.) : _____
- 2 มูลค่าสินทรัพย์ถาวรในปัจจุบัน
(ล้านบาท) : _____
- 3 จำนวนพนักงาน (คน) : ตอนเริ่มกิจการ _____ ปัจจุบัน _____
- 4 สินค้าหลักของบริษัท : _____

ส่วนที่ 2: โครงสร้างการบริหารงาน

- 5 โครงสร้างบริษัทประกอบด้วย หน่วยงานต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ฝ่ายผลิต | <input type="checkbox"/> ฝ่ายบุคคล |
| <input type="checkbox"/> ฝ่ายการตลาดและขาย | <input type="checkbox"/> ฝ่ายวิจัยและพัฒนา |
| <input type="checkbox"/> ฝ่ายบัญชีและการเงิน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |
- 6 ผู้ที่มีอำนาจในการบริหาร ตัดสินใจทางธุรกิจ
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> เจ้าของ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |
| <input type="checkbox"/> เจ้าของและผู้อื่น โปรดระบุ _____ | |
- 7 บทบาทหน้าที่ของเจ้าของ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> การวางแผน | <input type="checkbox"/> จัดซื้อ |
| <input type="checkbox"/> การตลาดและการขาย | <input type="checkbox"/> การเงิน |
| <input type="checkbox"/> การผลิต | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |

ส่วนที่ 3: คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม

- 8 เพศ
- | | |
|------------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ชาย | <input type="checkbox"/> หญิง |
|------------------------------|-------------------------------|
- 9 สถานะหรือหน้าที่
- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> เจ้าของ | <input type="checkbox"/> ผู้บริหาร |
| <input type="checkbox"/> เจ้าของและผู้บริหาร | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |

- 10 อายุ _____ ปี
- 11 การศึกษาสูงสุด
- | | |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> ประถมปีที่ 6 | <input type="checkbox"/> ปวส. |
| <input type="checkbox"/> ระดับมัธยม | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี |
| <input type="checkbox"/> ปวช. | <input type="checkbox"/> ปริญญาตรีขึ้นไป โปรดระบุ _____ |
- 12 ประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่มีมาก่อน
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่มี | <input type="checkbox"/> เคยเป็นผู้ประกอบการมาก่อน |
| <input type="checkbox"/> เคยเป็นหุ้นส่วน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |
- 13 ประสบการณ์ในการเป็นผู้ประกอบการที่มีมาก่อน
- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่มีประสบการณ์เลย | <input type="checkbox"/> มีประสบการณ์ในฐานะที่เป็นพนักงานหรือผู้บริหาร |
| <input type="checkbox"/> มีประสบการณ์ในฐานะเป็นพนักงาน หรือ ลูกจ้าง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |
| <input type="checkbox"/> มีประสบการณ์ในฐานะที่เป็นผู้จัดการหรือผู้บริหาร | |
- 14 ประสบการณ์ในการทำงานที่มีมาก่อน เน้น ไปในด้าน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> การวางแผน | <input type="checkbox"/> จัดซื้อ |
| <input type="checkbox"/> การตลาดและการขาย | <input type="checkbox"/> การเงิน |
| <input type="checkbox"/> การผลิต | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |
- 15 จำนวนปีในการทำงาน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ก่อนบริษัทนี้ _____ ปี | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |
| <input type="checkbox"/> ที่บริษัทนี้ _____ ปี | เป็นเวลา _____ ปี |

ส่วนที่ 4 ผลประกอบการของบริษัทของท่านในปีที่ผ่านมา โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับข้อมูลของบริษัท
โปรดศึกษาชี้แจงการคำนวณผลประกอบการ ในหน้าสุดท้าย

| การเติบโตของบริษัทในปีที่ผ่านมา | ลดลงมากกว่า 30% | ลดลงระหว่าง 10%-30% | ลดลงไม่เกิน 10% | ไม่มีการเปลี่ยนแปลง | เพิ่มขึ้นไม่เกิน 10% | เพิ่มขึ้นระหว่าง 10%-30% | เพิ่มขึ้นมากกว่า 30% |
|---|-------------------|---------------------|------------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|----------------------|
| 16 การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) | | | | | | | |
| 17 การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด (Market Share Growth) | | | | | | | |
| 18 การเติบโตของยอดขาย (Sale Growth) | | | | | | | |
| 19 การเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (Employee Growth) | | | | | | | |
| การทำกำไรของบริษัทในปีที่ผ่านมา | น้อยกว่า 0% | ระหว่าง 0% -10% | ระหว่าง 10% -30% | ระหว่าง 30% -50% | ระหว่าง 50% -70% | ระหว่าง 70% -100% | มากกว่า 100% |
| 20 กำไรขั้นต้น (Gross Profit) | | | | | | | |
| 21 กำไรสุทธิ (Net Profit) | | | | | | | |
| 22 กำไรต่อราคาขาย (Return on Sale) | | | | | | | |
| 23 ผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment) | | | | | | | |
| 24 ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset) | | | | | | | |
| ความมั่นคงทางธุรกิจในปีที่ผ่านมา | น้อยที่สุด (<0.5) | น้อย (0.5-0.7) | ค่อนข้างน้อย (0.7-1.0) | ปานกลาง (1.0 - 1.5) | ค่อนข้างมาก (1.5-2.0) | มาก (2.0 - 5.0) | มากที่สุด (>5.0) |
| 25 สภาพคล่อง หรืออัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สินหมุนเวียน (Current Ratio) | | | | | | | |

| ส่วนที่ 5 บทบาทภาวะผู้นำ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด | | | | | | | |
|---|------------|------|--------------|---------|-------------|-----|-----------|
| บทบาทภาวะผู้นำ | น้อยที่สุด | น้อย | ค่อนข้างน้อย | ปานกลาง | ค่อนข้างมาก | มาก | มากที่สุด |
| 26. วิสัยทัศน์ธุรกิจของท่าน ได้รับการยอมรับหรือเห็นด้วยจากผู้ร่วมงาน | | | | | | | |
| 27. พนักงานมักจะนำเสนอแนวคิดใหม่ๆในการทำงาน ให้อำนาจแก่พนักงานเป็นผู้ตัดสินใจ | | | | | | | |
| 28. พนักงานได้ปฏิบัติหน้าที่เกินกว่างานที่ท่านได้มอบหมายอยู่เป็นประจำ | | | | | | | |
| 29. พนักงานมีความมั่นใจในการทำงานให้กับบริษัทเสมอ | | | | | | | |
| 30. พนักงานยึดถือเอาตัวท่านเป็นแบบอย่างในการทำงาน | | | | | | | |
| 31. ท่านและพนักงาน ได้ร่วมกันกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน | | | | | | | |
| 32. ท่านได้แนะนำวิธีการทำงานให้กับพนักงาน จนงานนั้นประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย | | | | | | | |
| 33. พนักงานได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกจนสามารถทำงานได้ตามที่มอบหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ | | | | | | | |
| 34. พนักงานได้รับการสื่อสารบอกกล่าวจากท่านถึงวัตถุประสงค์ของบริษัทจนเป็นที่เข้าใจเสมอ | | | | | | | |
| 35. การร่วมมือกันทำงานเป็นทีมของพนักงานนั้นเกิดมาจากการสั่งการของท่าน | | | | | | | |

| <p>ส่วนที่ 6: การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ กรุณาทำเครื่องหมาย X ที่ช่องหมายเลขระหว่าง 1 ถึง 7 <u>เพียงช่องเดียว</u> ที่ท่านเห็นว่าสอดคล้องกับข้อความในแต่ละข้อ ถ้าท่านเลือกหมายเลขที่ใกล้กับข้อความด้านใด ก็แสดงว่าท่านได้ปฏิบัติไปในแนวทางนั้น</p> | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 36 | ท่านให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อ การทำการตลาดสินค้าหรือบริการที่ผ่านการทดสอบมาแล้วว่าสามารถจำหน่ายได้ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | ท่านให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อ การทำการวิจัยและพัฒนา การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี และการสร้างนวัตกรรมสินค้าใหม่ |
| 37 | ใน 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทไม่มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการใหม่เลย | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | ใน 3 ปีที่ผ่านมาบริษัทมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการใหม่เป็นจำนวนมาก |
| 38 | บริษัทไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัทเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว |
| 39 | โดยทั่วไปบริษัทจะตอบโต้ในสิ่งที่คู่แข่งริเริ่มขึ้นมาใหม่ที่มีผลกระทบต่อบริษัท | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | โดยทั่วไปบริษัทจะริเริ่มสิ่งใหม่ที่ทำให้คู่แข่งเป็นผู้ตอบโต้ |
| 40 | บริษัทไม่ค่อยได้เป็นรายแรกที่นำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ หรือใช้เทคนิควิธีการผลิตใหม่ หรือใช้การบริหารจัดการใหม่ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | โดยส่วนมากแล้ว บริษัทจะเป็นเจ้าแรกที่นำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ หรือใช้เทคนิควิธีการผลิตใหม่ หรือใช้การบริหารจัดการใหม่ |
| 41 | บริษัทมักจะหลีกเลี่ยงการแข่งขัน และชอบที่จะปล่อยให้การค้าเป็นไปตามกลไกตลาด | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | บริษัทมักเลือกใช้วิธีการที่ทำให้คู่แข่งไม่สามารถมาทำการแข่งขันได้อีก |
| 42 | บริษัทเลือกทำในสิ่งที่ไม่ค่อยมีความเสี่ยง ชอบสิ่งที่มีผลตอบแทนหรือกำไรที่แน่นอน | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | บริษัทมักจะชอบเลือกทำในสิ่งที่เสี่ยง เพื่อหวังทำกำไรสูงๆ |
| 43 | ในการเปลี่ยนแปลง บริษัทจะต้องทำการค้นหาแบบค่อยเป็นค่อยไป และค่อยๆเปลี่ยนแปลง | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ บริษัทกล้าที่จะดำเนินการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลัน |
| 44 | บริษัทใช้แนวทางอย่างระมัดระวัง ใช้วิธีการรอบและเฝ้าดูเหตุการณ์ เพื่อที่จะลดโอกาสที่จะผิดพลาดเสียหายจากการตัดสินใจ | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | บริษัทจะแสดงออกอย่างกล้า และใช้แนวทางเชิงรุก เพื่อเพิ่มโอกาสสูงสุดจากการใช้โอกาสที่มีอยู่ |

| <p>ส่วนที่ 7: การบริหารจัดการโอกาสธุรกิจ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านเห็นว่าสอดคล้องกับข้อเท็จจริงมากที่สุด</p> <p>ทรัพยากร หมายถึงสิ่งที่บริษัทมีไว้ครอบครอง ได้แก่ วัตถุดิบ เครื่องมือ สิทธิบัตร บุคลากร ความสามารถและกรรมวิธีการผลิต รวมทั้งข้อมูลและความรู้ในการผลิต</p> | | | | | | | |
|---|----------------------|-------------|---------------------|---------------|------------------|----------|-------------------|
| การบริหารจัดการ โอกาสธุรกิจ | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่มีความเห็น | เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 45 บริษัทของท่านสามารถจัดหาทรัพยากร (ดูความหมายข้างบน) ที่มีความจำเป็นในการทำธุรกิจ ได้อย่างเพียงพอ | | | | | | | |
| 46 ทรัพยากรที่จัดหาได้ส่วนมากแล้วมีต้นทุนที่เหมาะสมเป็นไปตามที่ต้องการ | | | | | | | |
| 47 ทรัพยากรที่ท่านมีสามารถนำมาสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการของท่านได้ | | | | | | | |
| 48 การลอกเลียนแบบวิธีการผลิต การจัดหาอุปกรณ์ วัตถุดิบหรือการจัดหาบุคลากร ในการทำธุรกิจเช่นเดียวกันกับบริษัทของท่านกระทำได้โดยง่าย ใครๆก็ทำได้ | | | | | | | |
| 49 คู่แข่งสามารถใช้ทรัพยากรที่แตกต่างผลิตสินค้าได้เหมือนกับของท่าน | | | | | | | |
| 50 บริษัทของท่านสามารถปรับปรุงสินค้าหรือบริการได้จากทรัพยากรที่มีเสมอ | | | | | | | |
| 51 คู่แข่งมีความสามารถในการแข่งขันทรัพยากรเพื่อนำมาใช้ในการทำผลผลิตหรืองานบริการแข่งกับบริษัทของท่านได้ | | | | | | | |
| 52 ถ้าบริษัทอื่นต้องการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือ ใช้วัตถุดิบ ให้เหมือนกับบริษัทของท่านจะต้องลงทุนปรับปรุงบริษัทเพิ่มเติม | | | | | | | |
| 53 บริษัทของท่านมีอุปกรณ์หรือความชำนาญพิเศษเฉพาะตัว ที่บริษัทอื่นไม่มีในการผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน | | | | | | | |
| 54 บริษัทของท่านมักจะปรับตัวในการผลิตสินค้าใหม่หรือการค้าเน้นธุรกิจจากทรัพยากรที่มีอยู่ได้ก่อนองค์กรอื่นเสมอ | | | | | | | |
| 55 ท่านสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่างออกไปจากเดิมได้ | | | | | | | |

| ส่วนที่ 8 การรับรู้โอกาสทางธุรกิจ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด | | | | | | | |
|---|----------------------|-------------|---------------------|---------------|------------------|----------|-------------------|
| การรับรู้โอกาสธุรกิจ | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วย | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่มีความเห็น | เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 56 ท่านมองเห็นโอกาสธุรกิจใหม่ๆ ในระหว่างการทำงานประจำวันจากความรู้ที่มีภายในตัวของท่าน | | | | | | | |
| 57 ท่านเป็นบุคคลที่มีความตื่นตัวหรือมีประสาทสัมผัสพิเศษต่อโอกาสธุรกิจใหม่ๆ | | | | | | | |
| 58 ท่านจัดได้ว่าเป็นนักกลยุทธ์ที่เมื่อมีโอกาสทางธุรกิจผ่านเข้ามา | | | | | | | |
| 59 โอกาสทางธุรกิจที่ท่านค้นพบ เกิดมาจากการรู้ด้านการตลาด ด้านการผลิต และความเข้าใจต่อปัญหาของลูกค้า | | | | | | | |
| 60 เมื่อท่านได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ท่านมักจะเห็นโอกาสทางธุรกิจที่แตกต่างออกไปจากเดิมเสมอ | | | | | | | |
| 61 โอกาสของธุรกิจใหม่เกิดขึ้นเมื่อได้เข้าสู่ธุรกิจของสินค้านั้นแล้ว | | | | | | | |
| 62 โอกาสทางธุรกิจที่ได้รับรู้ ในช่วงเวลาที่ผ่าน มีความแตกต่างไปจากสิ่งที่ท่านได้เคยคิดเอาไว้แต่แรก | | | | | | | |
| 63 การรับรู้โอกาสทางธุรกิจมักได้มาจากการ เข้าร่วมประชุมสัมมนา จากเพื่อน ครอบครัว และจากซัพพลายเออร์ | | | | | | | |
| 64 แนวคิดของธุรกิจเป็นเรื่องที่อุบัติขึ้น โดยบังเอิญ เป็นสิ่งที่ทำให้มองเห็นแนวทางในการทำธุรกิจใหม่ | | | | | | | |
| 65 การพบปะสนทนากับผู้อื่น เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ท่านได้เห็นโอกาสทางธุรกิจ | | | | | | | |

ส่วนที่ 9 ท่านคิดว่าในการทำให้วิสาหกิจมีผลประกอบการที่ดีนั้น ผู้ประกอบการควรทำหน้าที่อะไรบ้าง

คำชี้แจงการคำนวณผลประกอบการ

| ข้อที่ | คำถาม | ผลประกอบการปีที่ผ่านมา |
|--------|--|---|
| 16 | การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) | $\frac{(\text{รายได้ปี 2551} - \text{รายได้ปี 2550}) \times 100\%}{\text{รายได้ปี 2550}}$ |
| 17 | การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งการตลาด (Market Share Growth) | $\frac{(\text{จำนวนสินค้าที่ขายได้ปี 2551} - \text{จำนวนสินค้าที่ขายได้ปี 2550}) \times 100\%}{\text{จำนวนสินค้าที่มีจำหน่ายในตลาดทั้งหมดปี 2550}}$ |
| 18 | การเติบโตของยอดขาย (Sale Growth) | $\frac{(\text{จำนวนสินค้าที่ขายได้ปี 2551} - \text{จำนวนสินค้าที่ขายได้ปี 2550}) \times 100\%}{\text{จำนวนสินค้าที่ขายได้ในปี 2550}}$ |
| 19 | การเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงาน (Employee Growth) | $\frac{(\text{จำนวนพนักงานปี 2551} - \text{จำนวนพนักงานปี 2550}) \times 100\%}{\text{จำนวนพนักงานปี 2550}}$ |
| 20 | กำไรขั้นต้น (Gross Profit) | $\frac{\text{กำไรขั้นต้นปี 2551} \times 100\%}{\text{รายได้ปี 2551}}$ |
| 21 | กำไรสุทธิ (Net Profit) | $\frac{\text{กำไรสุทธิปี 2551} \times 100\%}{\text{รายได้ปี 2551}}$ |
| 22 | กำไรต่อราคาขาย (Return on Sale) | $\frac{\text{กำไรสุทธิปี 2551} \times 100\%}{\text{รายได้จากการขายปี 2551}}$ |
| 23 | ผลตอบแทนการลงทุน (Return on Investment) | $\frac{\text{กำไรสุทธิปี 2551} \times 100\%}{\text{ส่วนลงทุนปี 2551}}$ |
| 24 | ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (Return on Asset Ratio) | $\frac{\text{กำไรสุทธิปี 2551} \times 100\%}{\text{สินทรัพย์รวมปี 2551}}$ |
| 25 | อัตราส่วนสินทรัพย์หมุนเวียนต่อหนี้สิน หมุนเวียน (Current Ratio) | $\frac{\text{สินทรัพย์หมุนเวียนปี 2551}}{\text{หนี้สินหมุนเวียนปี 2551}}$ |

ภาคผนวก ข

คำตอบต่อข้อคำถาม “ท่านคิดว่าในการทำให้วิสาหกิจมีผลประกอบการที่ดี
ผู้ประกอบการควรทำหน้าที่อะไร”

คำตอบต่อข้อคำถาม

“ท่านคิดว่าการทำให้วิสาหกิจมีผลประกอบการที่ดี ผู้ประกอบการควรทำหน้าที่อะไร”

1. การตลาด การเงิน การบัญชี
2. มีวิสัยทัศน์มองไกล ไกลรอบรู้ข่าวสาร มีวินัยทางการเงิน ชื่อสัตย์ผลิตสินค้ามีคุณภาพ ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นไม่เห็นแก่ตัว
3. มีความตั้งใจที่แน่วแน่ อดทน ขยัน หาความรู้เพิ่มเติม พัฒนาศักยภาพตนเอง และผลิตภัณฑ์ มีความฝันให้ไกล ตั้งใจ ไปให้ถึง
4. ทำการบ้านทุกวัน หาสินค้าใหม่ๆมานำเสนอลูกค้า มีส่วนลดให้ลูกค้าประจำ รักษาอดลูกค้าเก่า และเพิ่มยอดลูกค้าใหม่ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล อบรมพนักงานขายปีละ 2 ครั้ง
5. ประสานงาน สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในแต่ละส่วนงาน
6. มีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า ศึกษาหาความรู้ในตัวสินค้าใหม่ๆจากทั่วโลก ใช้เทคนิคใหม่ๆในการบริหารเพื่อเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน แต่ต้องมีธรรมาภิบาล
7. ชื่อสัตย์ วิเคราะห์โอกาสทางธุรกิจ พัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง
8. วางนโยบายและแนวทางการตลาดและการผลิต รวมถึงกำหนดการชำระหนี้ของลูกค้า และการจ่ายชำระหนี้ลูกค้า, เป็นกันเองกับพนักงานเสมือนญาติ เป็นครอบครัวเดียวกัน จะทำให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้
9. มีหน้าที่ในการบริหารจัดการที่ดี มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ, มีความกล้าที่ตัดสินใจทางธุรกิจ มีการจัดการบุคลากรที่ดี, ต้องพยายามสร้างวัฒนธรรมองค์กร ให้พนักงานมีความรู้สึกที่ธุรกิจเป็นของตนเอง มีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกับผู้บริหาร และให้อำนาจในการตัดสินใจทางธุรกิจตามตำแหน่งหน้าที่
10. ชื่อสัตย์ ไม่เอาเปรียบสังคม ควรตอบแทนสังคมเมื่อมีโอกาส
11. ควรเข้าใจสินค้าและบริการที่ทำอยู่ว่าต้องมีปัจจัยอะไรมาสนับสนุน และต้องอดทนพยายาม ควรเก็บออมเงินลงทุนมากกว่าการกู้ยืม
12. พัฒนาองค์กรอยู่เสมอ ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่, มองแนวโน้มทางธุรกิจและเศรษฐกิจ ได้ อย่างแม่นยำ
13. การตลาด การเงิน บุคคล
14. มีประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากร, เข้าใจการเงิน, เข้าใจโอกาสทางการตลาดใหม่ๆ จากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่, ติดตามข่าวสารเพื่อหาโอกาสใหม่ๆ
15. วางแผนจัดระบบงานภายในให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ให้ระบบทำงานให้ได้ด้วยตัวของมันเอง รวมถึงความถูกต้องและ Sure, ตรวจสอบและติดตามผลงานด้วยตัวเอง, ปรับปรุงกล

ยุทธศาสตร์ให้ทันสมัยเป็นไปตามกลไกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาด, ค้นคว้า หาข้อมูลรวบรวมสะสมและสร้างสรรค์ให้เกิดแนวคิด

16. ติดตามข่าวสารตลอดเวลา, ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงระบบให้ทันกับโลกโลกาภิวัตน์, เพิ่มความรู้และทักษะให้พนักงานอยู่เสมอ

17. Quality ที่ดี, Good Innovation, Good Resource.

18. ต้องมีนวัตกรรมและรู้จักจัดการ

19. คิดค้นหาผลิตภัณฑ์ใหม่, รักษาระดับคุณภาพและราคา ให้เหมาะสมกับตลาด, ศึกษาตลาดและขณะเดียวกันหาตลาดใหม่รองรับการแข่งขันในตลาดเดิม, ลดต้นทุนการผลิต

20. กำหนดนโยบายให้ชัดเจน, วางแผนการดำเนินงานและจัดการบริหารแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน, ควบคุมดูแลให้งานทุกอย่าง ดำเนินไปตามแผนให้มากที่สุด, ปรับปรุงและพัฒนาอยู่ตลอดเวลาในทุกๆด้าน, ส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ทำงานกันเป็นทีม, แสวงหาโอกาสทางธุรกิจและเรียนรู้ตลอดเวลา

21. มุ่งมั่นในธุรกิจตัวเอง, ไม่ย่อท้ออุปสรรค, หมั่นหาโอกาสใหม่, สร้างความสัมพันธ์กับคนรอบข้างเสมอ

22. แสวงหาโอกาสใหม่ๆในธุรกิจ, พัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถ

23. การอุดหนุนและสร้างผลกำไร เฉพาะในช่วงที่ถือว่าเป็นช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ จะต้องกลับไปดูรายละเอียดทั้ง 2 แนวทางอย่างละเอียด และจัดทำให้เกิดเป็นรูปธรรม กันทั้งองค์การและทำการตรวจวัดผลประกอบการอย่างสม่ำเสมอ ทั้งช่วงรายวันและสัปดาห์ รายเดือนและราย 3 เดือน โดยทั้งในบริษัทจะพิจารณา 2 แนวทางคือรายสัปดาห์ เฉพาะการเงินและรายเดือน เฉพาะตรวจสอบผลประกอบการ เนื่องจากมีรายรับและรายจ่ายครบถ้วนในช่วง Period นั้นๆ

24. มีความตื่นตัวอยู่เสมอ เพื่อรับการเปลี่ยนแปลง เช่น FTA ระหว่างประเทศ, หาโอกาสใหม่ๆในการผลิตสินค้าและบริการ, ต้องมี R&D ที่เข้มแข็งที่จะให้ข้อมูลในการพัฒนา, ต้องมี Teamwork ที่จะต่อสู้กับปัญหาทั้งหลาย

25. เป็นผู้ให้บริการที่มีความแม่นยำและสม่ำเสมอ ไม่ลดระดับคุณภาพในการผลิตสินค้าและให้บริการ

26. เปิดโลกทัศน์ให้กว้างขวาง, ใช้ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงของในหลวง, มี Social Responsibility, ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

27. เป็นผู้บริหารที่ดี – Leadership, Excellence Entrepreneur

28. หาแหล่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพและราคาถูก, ต้องต่อรองโดยใช้ความสามารถของบุคลากรให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด, ต้องสร้างความแตกต่างที่มีคุณสมบัติเด่นของสินค้าออกมาให้ลูกค้าเห็นได้

29. มีวิสัยทัศน์ มีกลยุทธ์ที่เหมาะสม มีความพยายาม มีทัศนคติเชิงบวก มีภาวะผู้นำ
30. กำหนดนโยบายให้ชัดเจนและเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจแต่ละปี, กำหนดแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบาย, กำหนดตัวบุคคล และมอบหมายหน้าที่&ความรับผิดชอบ พร้อมทั้งประเมินผล และติดตามผลงาน, ปรับปรุงเป้าหมายหรือตัวบุคคลถ้าไม่เป็นไปตามที่วางแผนไว้, ดูแลเอาใจใส่ ให้การช่วยเหลือ&สนับสนุนพนักงานอย่างใกล้ชิด
31. คลุกคลีกับลูกน้องและลูกค้า เพื่อรับฟังข้อเสนอแนะคำแนะนำ, Source หาของใหม่ที่ตรงกับความต้องการลูกค้า, รับฟังข่าวสารติดตามตัวเลขทางเศรษฐกิจเพื่อประมาณการรายได้, กำลังใจการทำงานที่มีต่อลูกน้องเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อซื้อใจให้เขาอยู่กับเราไปอีกนานๆ ซื่อสัตย์
32. บริหารจัดการคนในองค์กร ให้ใช้ศักยภาพออกมาเป็นประโยชน์ได้เต็มที่ ตามหน้าที่ต่างๆ โดยมีการจัดการที่ดี บริหารและบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีคุณภาพสูง ด้วยต้นทุนที่ประหยัด และสร้างความพอใจแก่ลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง
33. Empower/coaching, strategic/competitiveness, Innovation
34. ควรติดตามเทคโนโลยีในสาขาที่ทำธุรกิจอยู่เป็นประจำและหมั่นปรับปรุงให้สอดคล้องหรือใกล้เคียงกับเทคโนโลยีนั้น หากทำเองไม่ได้ อาจใช้วิธีการร่วมทุนหรือเอาตัวอย่งมาศึกษา เพื่อสามารถสร้างความแตกต่างของสินค้าหรือบริการให้โดดเด่นกว่าที่องตลาดได้
35. วิเคราะห์วิจัยตลาด กลุ่มเป้าหมาย ราคาเป้าหมาย, สร้างขวัญ กำลังใจ ให้พนักงานรู้สึกรักและทุ่มเทให้องค์กร พัฒนาทั้งความรู้&ทักษะ ให้พนักงานในองค์กร, สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้บริหารกับพนักงาน
36. สร้างทรัพยากรที่มีคุณค่าสูงขึ้นเรื่อยๆ เป็นการพัฒนาคูณาการ
37. ต้องกำจัดคอร์รัปชั่นให้หมดไป
38. ความคิดริเริ่ม แตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่ กล้าคิด ลงมือทำ, ใช้ทรัพยากรให้เหมาะสม รู้จักใช้ทรัพยากร, รักษาทรัพยากรอยู่นานๆ, เป็นผู้นำและลงมือปฏิบัติทำงานเป็นทีม, ติดตามกระแสธุรกิจ ทิศทางในการสร้างโอกาสใหม่ๆ, คิดให้ไกลกว่าคู่แข่ง
39. รับผิดชอบต่อสูงสุดในคุณภาพสินค้า การจัดส่ง การบริการลูกค้าให้ได้รับความพอใจสูงสุด, บริหารบุคลากร โดยยึดถือความเป็นธรรมและจัดสรรรายได้ให้เหมาะสม ดูแลพนักงานเหมือนคนในครอบครัว ไม่มีการลดคน แม้เศรษฐกิจไม่ดี, บริหารการเงินให้เหมาะสมไม่ก่อกวน ไม่ฟุ้งเฟ้อ ไม่ใช่เงินผิดประเภท เป็นตัวอย่างที่ดีให้พนักงาน ในความประพฤติทั้งที่ทำงานและส่วนตัว, มีคุณธรรม จริยธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตต่อลูกค้า คู่ค้า พนักงาน และผู้ที่เกี่ยวข้อง
40. ควรมียุทธศาสตร์ชัดเจนกว้างไกล เข้าใจองค์กร กลุ่มลูกค้า ระบบบริหาร การจัดการที่ดีต่อทรัพยากรต่างๆในวิสาหกิจ

41. มองหาตลาดใหม่อยู่เสมอ
42. ศึกษาคู่แข่ง ศึกษาสิ่งแวดล้อมทั้งในและนอกประเทศ ปรับกลยุทธ์ พัฒนาพนักงาน และตนเอง มีนวัตกรรมใหม่ๆ
43. มีการวางแผนงานของบริษัทที่มีเป้าหมายชัดเจน, มีการจัดแบ่งหน้าที่การทำงานในองค์กรอย่างมีระเบียบแบบแผน, มีการจัดการทางการเงินที่เข้มแข็ง
44. คิดทำให้ ไม่ใช่เอาแต่รับ
45. ต้องมองตลาดให้ออกว่าลูกค้าต้องการสินค้าประเภทใด, สินค้าที่ส่งให้ลูกค้าต้องตรงกับใบสั่งซื้อและมีคุณภาพตามที่ลูกค้าต้องการ, ชื่อสัตย์ต่อลูกค้าและส่งสินค้าให้ตรงตามวันและเวลาที่ลูกค้าต้องการ, มีบริการหลังการขายสินค้า, มีการบริหารจัดการในองค์กรให้มีมาตรฐานสากล, ต้องมีสินค้าในสต็อกเท่าที่จำเป็นเท่านั้น
46. รักษาคุณภาพของสินค้าและบริการให้สม่ำเสมอ, รับผิดชอบต่อและแก้ไขข้อบกพร่อง ข้อตำหนิจากลูกค้า คู่ค้าและคู่แข่งเสมอ, ถ้าไรสูงสุด ไม่ใช่เป้าหมายหลัก, คินถ้าไรสู่สังคมบ้าง
47. ชื่อตรงต่อลูกค้า ในการปรับราคาขึ้นต้องอยู่ในอัตราที่สอดคล้องกับการขึ้นราคาของวัตถุดิบ, รับผิดชอบต่อผู้ถือหุ้น มุ่งเน้นในการทำกำไร ลดค่าใช้จ่ายภายใต้สภาวะการณ์ปัจจุบัน, รับผิดชอบต่อพนักงานบริษัท สร้างความมั่นคงในการทำงาน มองหาโอกาส และ career path ให้พนักงาน พัฒนาขีดความสามารถของพนักงาน
48. ให้ความสำคัญกับ R&D, มองหาโอกาสการตลาดใหม่ๆ, มองการณ์ไกล
49. เข้าใจระบบงาน& การบริหารองค์กรให้ชัดเจน, ตรวจสอบระบบขององค์กร หาข้อดี-ข้อเสีย หรือ จุดอ่อนขององค์กร และควรแก้ปัญหาทันที, วางแผนการเติบโตขององค์กรในปีถัดไป, ดูแลเอาใจใส่พนักงาน ให้กำลังใจเมื่อทำดี เป็นที่ปรึกษาเมื่อทำงานมีปัญหา เพราะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งสำหรับทุกๆองค์กร
50. ติดตามสถานการณ์ทางด้านธุรกิจอย่างใกล้ชิด ผู้การกำหนดแนวคิดและทิศทางแผนการ/กลยุทธ์ การทำงานอย่างเหมาะสม จัดวางโครงสร้าง กำลังคน เพื่อการพิชิตเป้าหมาย ฝ่าระว่างติดตาม ช่วยการทำงาน ปรับแผน อย่างทันท่วงที และหมั่นบำรุงขวัญ กำลังใจ ให้กับคนทำงาน อยู่เสมอ “เมื่อวางแผนถูก ปัจจัยชัยชนะอยู่ที่คน”
51. ชื่อสัตย์ รับผิดชอบต่อลูกค้า สังคม และผู้ร่วมงาน
52. ศึกษาปัญหาสภาพเศรษฐกิจ และความเปลี่ยนแปลงในทุกๆด้านของสังคม, เรียนรู้จากสิ่งที่ได้กระทำในอดีต ผลกระทบ ผลที่ได้รับ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา สินค้าและบริการ ซึ่งสินค้าและบริการจะต้องเริ่มจากบุคลากรในองค์กรก่อนที่จะผู้บริโภคนอก

53. ชื่อตรงต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน, มีอิทธิบาทสี่ หรือ จันทะ วิริยะ จิตตะ วิมังสา, มีวินัยทางการเงิน, ติดตามสนใจ ความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค, กล้าที่จะประสบความสำเร็จ ล้มเหลว ในโครงการต่างๆ ให้ถือว่าเป็นเรื่องธรรมดาที่ล้มเหลว ไม่ใช่ล้มเหลวผิดพลาดไม่ได้

54. ขยายตลาดใหม่เพิ่มจากที่มีอยู่, หาวิธีลดต้นทุน โดยคุณภาพของสินค้ายังดีเหมือนเดิม, ลดส่วนสูญเสียจากการผลิต, ใช้นวัตกรรมทำงานในหน้าที่ให้ตรงกับความรู้ความสามารถ, จัดอบรมความรู้แก่นักการตลาดอย่างสม่ำเสมอ

55. มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลและเป็นบวกเสมอ, มีความซื่อสัตย์, มีความเอื้ออาทร, มีการพัฒนาอยู่เสมอ (แบบ เทคนิค การตลาด

56. เป็นนักลงทุนในระยะแรก และเป็นผู้บริหารในระยะถัดไป แต่ต้องแอบแฝงด้วยความ เป็นนักลงทุนอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ธุรกิจมีขนาดใหญ่ขึ้น

57. มีแนวความคิดด้าน Innovation และสามารถนำไปสู่การผลิตสินค้าได้, กล้าลงทุนและ กล้าตัดสินใจ, ให้ความสำคัญกับบุคลากรที่ทำงานในองค์กร, เน้นให้พนักงานมีส่วนร่วม, ช่วยเหลือชุมชนสังคมและรักษาสีงแวดล้อม, มีความรู้ในธุรกิจนั้นอย่างแท้จริง

58. เป็นนักการตลาด นักบัญชี ในตัวเองเพื่อสามารถวิเคราะห์วางแผนหรือเปลี่ยนแปลงให้ ตรงสถานการณ์

59. มีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ไม่เอาเปรียบลูกค้า และพนักงาน ผู้บริหารต้องมีความสามารถในการมองเห็นสิ่งต่างๆที่กำลังเปลี่ยนแปลง และคาดการณ์สิ่งที่กำลังเกิดขึ้นได้อย่าง แม่นยำ, การกำหนดแผนงานต้องทำจากการคาดการณ์อนาคต แผนงานที่วันนี้ต้องให้ความสำคัญ ของผลตอบแทน การสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า กระบวนการในการดำเนินการ ในระดับที่ ไกล่เคียงกันและสอดคล้องกัน และในท้ายที่สุดต้องมั่นใจว่าการพัฒนาสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความชำนาญ โครงสร้างองค์กร, IT, Brand, เป็นต้น ได้รับการพัฒนาและจัดสรรอย่างพอเพียงและ สอดคล้อง กับแผนงานที่วางไว้

60. รู้ตลาด รู้ความสามารถของตนเอง เลือกทำสิ่งที่เหมาะสมกับตลาดและตนเอง

61. Planning, Monitoring, Adapt

62. ต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล มีการวางแผนทุกหน่วยขององค์กรได้ สามารถปฏิบัติหรือ ทำได้ทุกจุดของหน่วยงาน จะทำองค์กรยอมรับได้ ทำให้กล้าที่จะปรึกษาหรือปฏิบัติตาม โดยสรุป แล้ว ผู้ประกอบการยุคปัจจุบัน ต้องทำตัวเหมือนคนรับใช้ ที่สามารถทำได้ทุกเรื่องที่ผ่านมา และ ต้องทำตัวเป็นทั้งผู้บริหารที่เก่งคิด + กับผู้รับใช้ที่เก่งทำ ก็จะสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้ บวกกับ ความพอเพียงในยุคปัจจุบัน ชีวิตก็มีความสุข

63. การวางแผนกลยุทธ์ วินัยในการทำงาน (Operational Disciplines), Innovation

64. การพัฒนาสินค้า, การดำเนินธุรกิจให้เป็นไปตามกลไกของตลาด, การระมัดระวังต่อค่าใช้จ่ายทุกชนิด

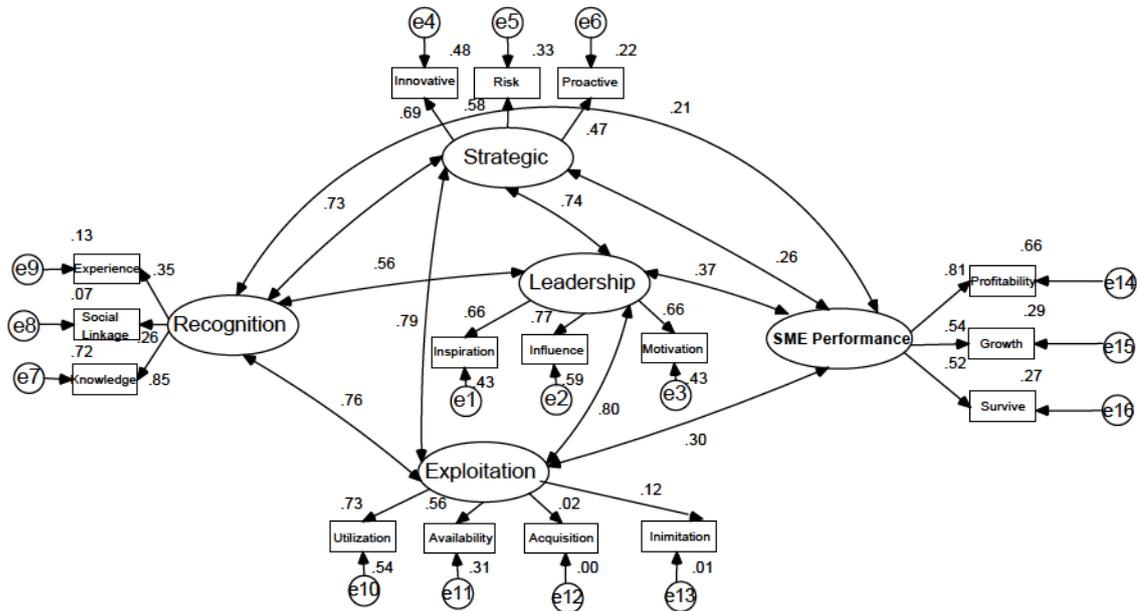
65. ต้องเป็นนักคิดที่ชาญฉลาด คิดนอกกรอบ มองหาแนวทางธุรกิจที่ไม่เหมือนใคร ผลิตสินค้าที่เป็น monopoly และยากต่อการเลียนแบบ, ทำงานหนัก ตรวจสอบย้อนกลับเก่ง วิเคราะห์งานได้อย่างแตกฉาน รวดเร็วโดยใช้ matrix ทาง science ทั้งทางเคมี ฟิสิกส์ ชีวะ ชีวะเคมี และคณิตศาสตร์ในการตัดสินใจ

66. สถานที่ตั้งเหมาะสมกับทำเล การคมนาคมสะดวก, สิ่งแวดล้อมดี ไม่มีมลภาวะทางน้ำ อากาศ ความร้อน, ส่งเสริมบุคลากรให้มีรายได้และสังคมไทย

67. ทำหน้าที่บริหาร, ให้นโยบาย, ตั้งจุดเป้าหมาย, ควบคุม ดูแลให้เป็นไปตามเป้าหมาย โดยดูแลอยู่ห่างๆ, ถ้ามีอะไรเปลี่ยนแปลงให้มี การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น, ปรับแต่งเป้าหมายตามภาวะการ, ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจ และความช่วยเหลือตามสถานการณ์

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์ตัวแบบการวัด

ตัวแบบการวัดเริ่มต้น



Chi-square = 114.938, Chi-square/df = 1.223, df = 94, p = .070
 GFI = .899, CFI = .942, RMR = 52.528, RMSEA = .042

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|----------------|----------------------|----------|------|-------|------|--------|
| Innovative | <--- Strategic | 1.000 | | | | |
| Risk | <--- Strategic | .708 | .139 | 5.091 | *** | par_1 |
| Proactive | <--- Strategic | .237 | .056 | 4.253 | *** | par_2 |
| Knowledge | <--- Recognition | 1.000 | | | | |
| Social Linkage | <--- Recognition | .133 | .057 | 2.355 | .019 | par_3 |
| Experience | <--- Recognition | .082 | .027 | 3.037 | .002 | par_4 |
| Motivation | <--- Leadership | .603 | .104 | 5.810 | *** | par_5 |
| Influence | <--- Leadership | .968 | .152 | 6.370 | *** | par_6 |
| Inspiration | <--- Leadership | 1.000 | | | | |
| Availability | <--- Exploitation | .830 | .158 | 5.238 | *** | par_7 |
| Utilization | <--- Exploitation | 1.000 | | | | |
| Profitability | <--- SME Performance | .210 | .054 | 3.849 | *** | par_8 |
| Growth | <--- SME Performance | 1.000 | | | | |
| Survive | <--- SME Performance | .307 | .076 | 4.050 | *** | par_9 |
| Acquisition | <--- Exploitation | .001 | .004 | .187 | .852 | par_20 |
| Inimitation | <--- Exploitation | .004 | .003 | 1.147 | .251 | par_21 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate |
|----------------|------|-----------------|----------|
| Innovative | <--- | Strategic | .691 |
| Risk | <--- | Strategic | .578 |
| Proactive | <--- | Strategic | .465 |
| Knowledge | <--- | Recognition | .847 |
| Social Linkage | <--- | Recognition | .258 |
| Experience | <--- | Recognition | .354 |
| Motivation | <--- | Leadership | .656 |
| Influence | <--- | Leadership | .765 |
| Inspiration | <--- | Leadership | .658 |
| Availability | <--- | Exploitation | .559 |
| Utilization | <--- | Exploitation | .733 |
| Profitability | <--- | SME Performance | .815 |
| Growth | <--- | SME Performance | .540 |
| Survive | <--- | SME Performance | .520 |
| Acquisition | <--- | Exploitation | .019 |
| Inimitation | <--- | Exploitation | .116 |

Covariances: (Group number 1 - Default model)

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|--------------|----------------------|----------|---------|-------|------|--------|
| Strategic | <--> Recognition | 231.486 | 50.521 | 4.582 | *** | par_10 |
| Strategic | <--> Leadership | 3.768 | .901 | 4.182 | *** | par_11 |
| Strategic | <--> SME Performance | 1.929 | 1.093 | 1.765 | .078 | par_12 |
| Exploitation | <--> SME Performance | 39.074 | 19.382 | 2.016 | .044 | par_13 |
| Recognition | <--> Exploitation | 4151.055 | 850.536 | 4.881 | *** | par_14 |
| Leadership | <--> SME Performance | 1.530 | .628 | 2.438 | .015 | par_15 |
| Recognition | <--> Leadership | 97.630 | 25.234 | 3.869 | *** | par_16 |
| Strategic | <--> Exploitation | 125.581 | 28.245 | 4.446 | *** | par_17 |
| Leadership | <--> Exploitation | 69.796 | 15.572 | 4.482 | *** | par_18 |
| Recognition | <--> SME Performance | 53.027 | 33.609 | 1.578 | .115 | par_19 |

Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate |
|--------------|------|-----------------|----------|
| Strategic | <--> | Recognition | .731 |
| Strategic | <--> | Leadership | .740 |
| Strategic | <--> | SME Performance | .257 |
| Exploitation | <--> | SME Performance | .303 |
| Recognition | <--> | Exploitation | .763 |
| Leadership | <--> | SME Performance | .370 |
| Recognition | <--> | Leadership | .561 |
| Strategic | <--> | Exploitation | .789 |
| Leadership | <--> | Exploitation | .797 |
| Recognition | <--> | SME Performance | .206 |

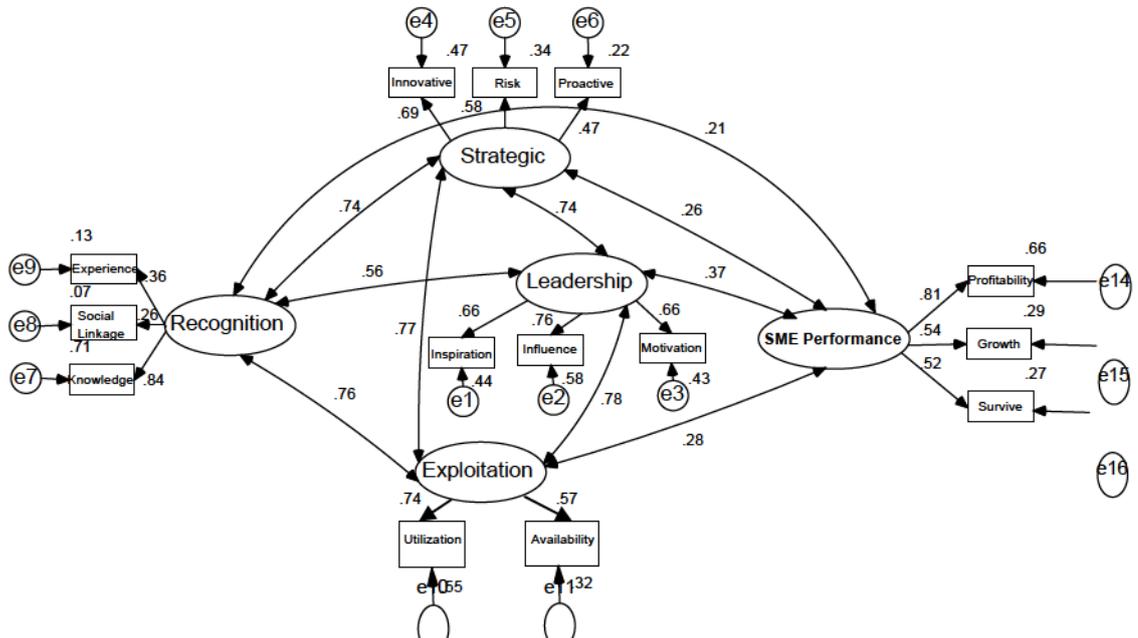
Variiances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-----------------|-----------|----------|-------|------|--------|
| Strategic | 9.255 | 2.543 | 3.639 | *** | par_22 |
| Recognition | 10821.102 | 3207.063 | 3.374 | *** | par_23 |
| Leadership | 2.800 | .759 | 3.688 | *** | par_24 |
| Exploitation | 2735.608 | 725.203 | 3.772 | *** | par_25 |
| SME Performance | 6.098 | 2.364 | 2.580 | .010 | par_26 |
| e4 | 10.146 | 1.928 | 5.263 | *** | par_27 |
| e5 | 9.262 | 1.414 | 6.552 | *** | par_28 |
| e6 | 1.875 | .262 | 7.169 | *** | par_29 |
| e7 | 4267.589 | 2683.407 | 1.590 | .112 | par_30 |
| e8 | 2707.834 | 351.365 | 7.707 | *** | par_31 |
| e9 | 508.402 | 67.721 | 7.507 | *** | par_32 |
| e3 | 1.352 | .213 | 6.347 | *** | par_33 |
| e2 | 1.854 | .373 | 4.965 | *** | par_34 |
| e1 | 3.665 | .579 | 6.325 | *** | par_35 |
| e11 | 4142.785 | 610.100 | 6.790 | *** | par_36 |
| e10 | 2351.323 | 535.627 | 4.390 | *** | par_37 |
| e14 | .136 | .063 | 2.163 | .031 | par_38 |
| e15 | 14.782 | 2.367 | 6.245 | *** | par_39 |
| e16 | 1.544 | .239 | 6.453 | *** | par_40 |
| e12 | 3.915 | .497 | 7.873 | *** | par_41 |
| e13 | 2.793 | .356 | 7.845 | *** | par_42 |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|----------------|----------|
| Inimitation | .014 |
| Acquisition | .000 |
| Survive | .271 |
| Growth | .292 |
| Profitability | .663 |
| Utilization | .538 |
| Availability | .312 |
| Inspiration | .433 |
| Influence | .586 |
| Motivation | .430 |
| Experience | .125 |
| Social Linkage | .066 |
| Knowledge | .717 |
| Proactive | .217 |
| Risk | .334 |
| Innovative | .477 |

ตัวแบบการวัดปรับปรุง



Chi-square = 78.462, Chi-square/df = 1.171, df = 67, p = .160
 GFI = .920, CFI = .968, RMR = 58.915, RMSEA = .037

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|----------------|----------------------|----------|------|-------|------|-------|
| Innovative | <--- Strategic | 1.000 | | | | |
| Risk | <--- Strategic | .714 | .141 | 5.084 | *** | par_1 |
| Proactive | <--- Strategic | .239 | .056 | 4.261 | *** | par_2 |
| Knowledge | <--- Recognition | 1.000 | | | | |
| Social Linkage | <--- Recognition | .135 | .057 | 2.371 | .018 | par_3 |
| Experience | <--- Recognition | .083 | .027 | 3.075 | .002 | par_4 |
| Motivation | <--- Leadership | .602 | .103 | 5.827 | *** | par_5 |
| Influence | <--- Leadership | .961 | .151 | 6.372 | *** | par_6 |
| Inspiration | <--- Leadership | 1.000 | | | | |
| Availability | <--- Exploitation | .834 | .158 | 5.267 | *** | par_7 |
| Utilization | <--- Exploitation | 1.000 | | | | |
| Profitability | <--- SME Performance | .209 | .054 | 3.845 | *** | par_8 |
| Growth | <--- SME Performance | 1.000 | | | | |
| Survive | <--- SME Performance | .306 | .076 | 4.050 | *** | par_9 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate |
|----------------|------|-----------------|----------|
| Innovative | <--- | Strategic | .687 |
| Risk | <--- | Strategic | .580 |
| Proactive | <--- | Strategic | .468 |
| Knowledge | <--- | Recognition | .841 |
| Social Linkage | <--- | Recognition | .259 |
| Experience | <--- | Recognition | .357 |
| Motivation | <--- | Leadership | .657 |
| Influence | <--- | Leadership | .763 |
| Inspiration | <--- | Leadership | .660 |
| Availability | <--- | Exploitation | .568 |
| Utilization | <--- | Exploitation | .741 |
| Profitability | <--- | SME Performance | .814 |
| Growth | <--- | SME Performance | .541 |
| Survive | <--- | SME Performance | .521 |

Covariances: (Group number 1 - Default model)

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|--------------|----------------------|----------|---------|-------|------|--------|
| Strategic | <--> Recognition | 230.222 | 50.408 | 4.567 | *** | par_10 |
| Strategic | <--> Leadership | 3.757 | .900 | 4.174 | *** | par_11 |
| Strategic | <--> SME Performance | 1.932 | 1.092 | 1.770 | .077 | par_12 |
| Exploitation | <--> SME Performance | 36.539 | 19.198 | 1.903 | .057 | par_13 |
| Recognition | <--> Exploitation | 4144.808 | 851.226 | 4.869 | *** | par_14 |
| Leadership | <--> SME Performance | 1.538 | .631 | 2.439 | .015 | par_15 |
| Recognition | <--> Leadership | 97.786 | 25.269 | 3.870 | *** | par_16 |
| Strategic | <--> Exploitation | 123.646 | 28.124 | 4.396 | *** | par_17 |
| Leadership | <--> Exploitation | 69.624 | 15.576 | 4.470 | *** | par_18 |
| Recognition | <--> SME Performance | 53.096 | 33.634 | 1.579 | .114 | par_19 |

Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate |
|--------------|------|-----------------|----------|
| Strategic | <--> | Recognition | .736 |
| Strategic | <--> | Leadership | .739 |
| Strategic | <--> | SME Performance | .258 |
| Exploitation | <--> | SME Performance | .280 |
| Recognition | <--> | Exploitation | .759 |
| Leadership | <--> | SME Performance | .370 |
| Recognition | <--> | Leadership | .564 |
| Strategic | <--> | Exploitation | .773 |
| Leadership | <--> | Exploitation | .784 |
| Recognition | <--> | SME Performance | .208 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-----------------|-----------|----------|-------|------|--------|
| Strategic | 9.158 | 2.533 | 3.616 | *** | par_20 |
| Recognition | 10680.526 | 3155.309 | 3.385 | *** | par_21 |
| Leadership | 2.819 | .762 | 3.701 | *** | par_22 |
| Exploitation | 2794.719 | 734.026 | 3.807 | *** | par_23 |
| SME Performance | 6.115 | 2.369 | 2.581 | .010 | par_24 |
| e4 | 10.242 | 1.931 | 5.305 | *** | par_25 |
| e5 | 9.226 | 1.414 | 6.525 | *** | par_26 |
| e6 | 1.869 | .261 | 7.152 | *** | par_27 |
| e7 | 4408.165 | 2628.828 | 1.677 | .094 | par_28 |
| e8 | 2705.645 | 351.274 | 7.702 | *** | par_29 |
| e9 | 506.950 | 67.619 | 7.497 | *** | par_30 |
| e3 | 1.349 | .213 | 6.332 | *** | par_31 |
| e2 | 1.871 | .374 | 5.002 | *** | par_32 |
| e1 | 3.646 | .579 | 6.300 | *** | par_33 |
| e11 | 4080.488 | 606.997 | 6.722 | *** | par_34 |
| e10 | 2292.213 | 539.367 | 4.250 | *** | par_35 |
| e14 | .137 | .063 | 2.170 | .030 | par_36 |
| e15 | 14.766 | 2.369 | 6.232 | *** | par_37 |
| e16 | 1.544 | .239 | 6.448 | *** | par_38 |

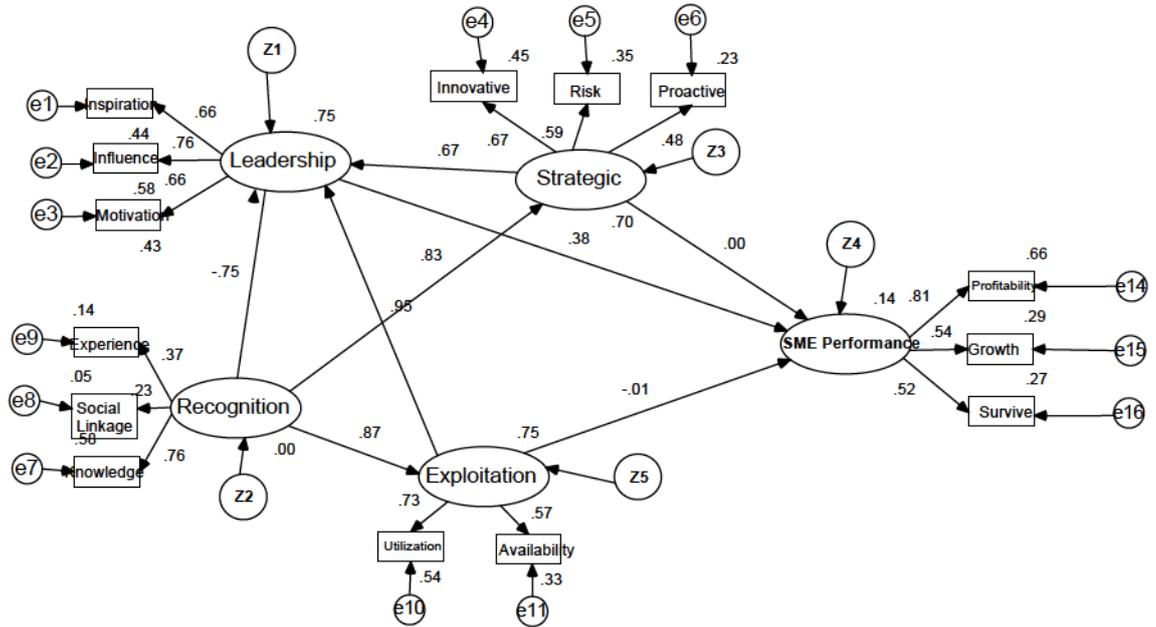
Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|----------------|-------------|
| Survive | .271 |
| Growth | .293 |
| Profitability | .662 |
| Utilization | .549 |
| Availability | .323 |
| Inspiration | .436 |
| Influence | .582 |
| Motivation | .431 |
| Experience | .128 |
| Social Linkage | .067 |
| Knowledge | .708 |
| Proactive | .219 |
| Risk | .336 |
| Innovative | <u>.472</u> |

ภาคผนวก ง

ผลการวิเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยเริ่มต้น



Chi-square = 80.153, Chi-square/df = 1.162, df = 69, p = .169
 GFI = .917, CFI = .968, RMR = 69.042, RMSEA = .036

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-----------------|----------------------|----------|------|-------|------|--------|
| Strategic | <--- Recognition | .026 | .005 | 5.046 | *** | par_11 |
| Exploitation | <--- Recognition | .485 | .089 | 5.463 | *** | par_12 |
| Leadership | <--- Strategic | .380 | .235 | 1.620 | .105 | par_13 |
| Leadership | <--- Exploitation | .031 | .022 | 1.417 | .157 | par_14 |
| Leadership | <--- Recognition | -.014 | .014 | -.994 | .320 | par_17 |
| SME Performance | <--- Leadership | .560 | .411 | 1.364 | .173 | par_10 |
| SME Performance | <--- Strategic | -.003 | .223 | -.014 | .988 | par_15 |
| SME Performance | <--- Exploitation | .000 | .014 | -.035 | .972 | par_16 |
| Knowledge | <--- Recognition | 1.000 | | | | |
| Social Linkage | <--- Recognition | .131 | .060 | 2.197 | .028 | par_1 |
| Experience | <--- Recognition | .095 | .027 | 3.492 | *** | par_2 |
| Profitability | <--- SME Performance | .208 | .054 | 3.852 | *** | par_3 |
| Growth | <--- SME Performance | 1.000 | | | | |
| Survive | <--- SME Performance | .307 | .076 | 4.051 | *** | par_4 |
| Inspiration | <--- Leadership | 1.000 | | | | |
| Risk | <--- Strategic | .752 | .149 | 5.064 | *** | par_5 |
| Innovative | <--- Strategic | 1.000 | | | | |

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|--------------|-------------------|----------|------|-------|-----|-------|
| Proactive | <--- Strategic | .253 | .059 | 4.288 | *** | par_6 |
| Influence | <--- Leadership | .957 | .151 | 6.338 | *** | par_7 |
| Motivation | <--- Leadership | .602 | .104 | 5.815 | *** | par_8 |
| Utilization | <--- Exploitation | 1.000 | | | | |
| Availability | <--- Exploitation | .854 | .161 | 5.303 | *** | par_9 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | Estimate |
|-----------------|----------------------|----------|
| Strategic | <--- Recognition | .835 |
| Exploitation | <--- Recognition | .866 |
| Leadership | <--- Strategic | .667 |
| Leadership | <--- Exploitation | .951 |
| Leadership | <--- Recognition | -.754 |
| SME Performance | <--- Leadership | .380 |
| SME Performance | <--- Strategic | -.004 |
| SME Performance | <--- Exploitation | -.010 |
| Knowledge | <--- Recognition | .760 |
| Social Linkage | <--- Recognition | .228 |
| Experience | <--- Recognition | .368 |
| Profitability | <--- SME Performance | .811 |
| Growth | <--- SME Performance | .542 |
| Survive | <--- SME Performance | .522 |
| Inspiration | <--- Leadership | .661 |
| Risk | <--- Strategic | .594 |
| Innovative | <--- Strategic | .668 |
| Proactive | <--- Strategic | .480 |
| Influence | <--- Leadership | .760 |
| Motivation | <--- Leadership | .657 |
| Utilization | <--- Exploitation | .733 |
| Availability | <--- Exploitation | .575 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

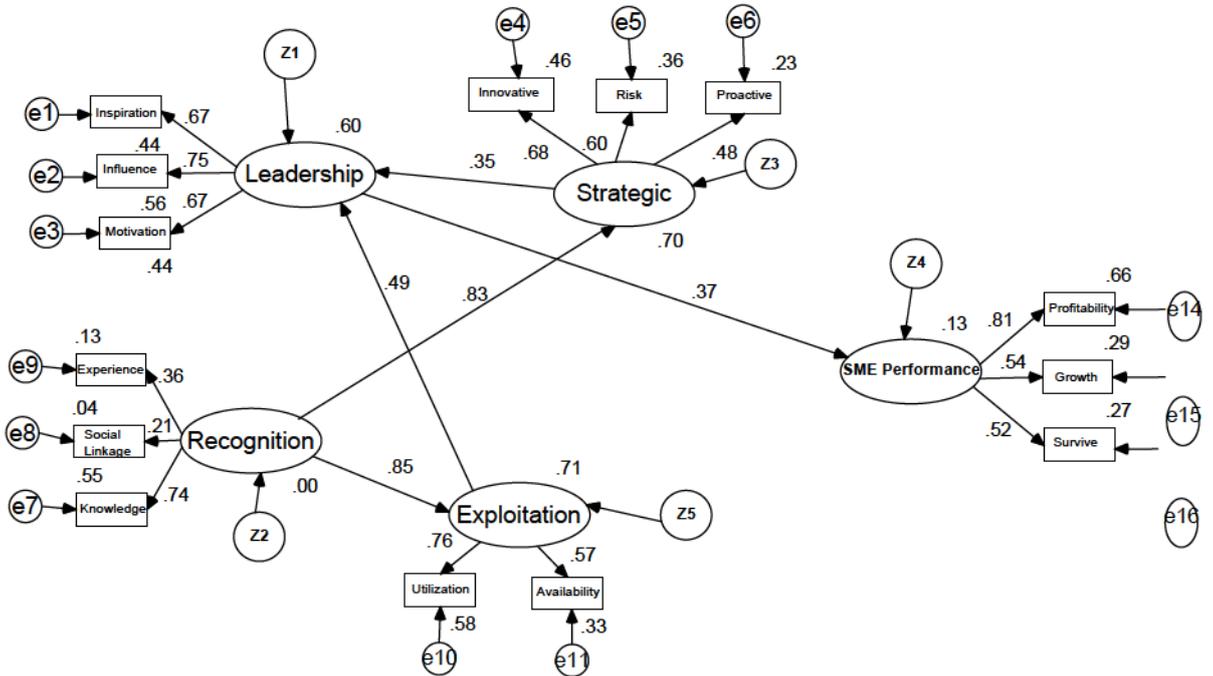
| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|----|----------|----------|-------|-----|--------|
| Z2 | 8714.894 | 2142.140 | 4.068 | *** | par_18 |

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-----|----------|----------|-------|------|--------|
| Z3 | 2.621 | 1.558 | 1.682 | .093 | par_19 |
| Z5 | 684.621 | 522.753 | 1.310 | .190 | par_20 |
| Z1 | .697 | .644 | 1.082 | .279 | par_21 |
| Z4 | 5.301 | 2.055 | 2.579 | .010 | par_22 |
| e4 | 10.748 | 1.941 | 5.538 | *** | par_23 |
| e5 | 9.001 | 1.413 | 6.372 | *** | par_24 |
| e6 | 1.841 | .260 | 7.077 | *** | par_25 |
| e7 | 6373.797 | 1492.375 | 4.271 | *** | par_26 |
| e8 | 2749.964 | 355.212 | 7.742 | *** | par_27 |
| e9 | 502.455 | 67.069 | 7.492 | *** | par_28 |
| e10 | 2355.677 | 534.855 | 4.404 | *** | par_29 |
| e14 | .138 | .063 | 2.212 | .027 | par_30 |
| e15 | 14.740 | 2.369 | 6.222 | *** | par_31 |
| e16 | 1.540 | .239 | 6.433 | *** | par_32 |
| e3 | 1.344 | .213 | 6.308 | *** | par_33 |
| e2 | 1.883 | .375 | 5.018 | *** | par_34 |
| e1 | 3.633 | .579 | 6.276 | *** | par_35 |
| e11 | 4034.868 | 605.834 | 6.660 | *** | par_36 |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|-----------------|----------|
| Recognition | .000 |
| Exploitation | .749 |
| Strategic | .697 |
| Leadership | .753 |
| SME Performance | .136 |
| Availability | .330 |
| Inspiration | .437 |
| Influence | .578 |
| Motivation | .432 |
| Survive | .273 |
| Growth | .294 |
| Profitability | .658 |
| Utilization | .537 |
| Experience | .135 |
| Social Linkage | .052 |
| Knowledge | .578 |
| Proactive | .231 |
| Risk | .352 |
| Innovative | .446 |

กรอบแนวคิดการวิจัยปรับปรุง



Chi-square = 81.817, Chi-square/df = 1.136, df = 72, p = .201
 GFI = .915, CFI = .972, RMR = 76.933, RMSEA = .033

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-----------------|----------------------|----------|------|-------|------|--------|
| Strategic | <--- Recognition | .027 | .005 | 5.057 | *** | par_11 |
| Exploitation | <--- Recognition | .503 | .092 | 5.480 | *** | par_12 |
| Leadership | <--- Strategic | .199 | .127 | 1.574 | .100 | par_13 |
| Leadership | <--- Exploitation | .015 | .007 | 2.095 | .036 | par_14 |
| SME Performance | <--- Leadership | .537 | .207 | 2.590 | .010 | par_10 |
| Knowledge | <--- Recognition | 1.000 | | | | |
| Social Linkage | <--- Recognition | .124 | .061 | 2.040 | .041 | par_1 |
| Experience | <--- Recognition | .094 | .028 | 3.420 | *** | par_2 |
| Profitability | <--- SME Performance | .209 | .054 | 3.845 | *** | par_3 |
| Growth | <--- SME Performance | 1.000 | | | | |
| Survive | <--- SME Performance | .306 | .075 | 4.049 | *** | par_4 |
| Inspiration | <--- Leadership | 1.000 | | | | |
| Risk | <--- Strategic | .745 | .148 | 5.036 | *** | par_5 |
| Innovative | <--- Strategic | 1.000 | | | | |
| Proactive | <--- Strategic | .251 | .059 | 4.285 | *** | par_6 |
| Influence | <--- Leadership | .939 | .149 | 6.316 | *** | par_7 |
| Motivation | <--- Leadership | .607 | .103 | 5.886 | *** | par_8 |
| Utilization | <--- Exploitation | 1.000 | | | | |
| Availability | <--- Exploitation | .820 | .158 | 5.172 | *** | par_9 |

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

| | | | Estimate |
|-----------------|------|-----------------|----------|
| Strategic | <--- | Recognition | .835 |
| Exploitation | <--- | Recognition | .845 |
| Leadership | <--- | Strategic | .352 |
| Leadership | <--- | Exploitation | .487 |
| SME Performance | <--- | Leadership | .367 |
| Knowledge | <--- | Recognition | .744 |
| Social Linkage | <--- | Recognition | .210 |
| Experience | <--- | Recognition | .358 |
| Profitability | <--- | SME Performance | .813 |
| Growth | <--- | SME Performance | .542 |
| Survive | <--- | SME Performance | .520 |
| Inspiration | <--- | Leadership | .666 |
| Risk | <--- | Strategic | .597 |
| Innovative | <--- | Strategic | .678 |
| Proactive | <--- | Strategic | .484 |
| Influence | <--- | Leadership | .751 |
| Motivation | <--- | Leadership | .667 |
| Utilization | <--- | Exploitation | .763 |
| Availability | <--- | Exploitation | .574 |

Variances: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate | S.E. | C.R. | P | Label |
|-----|----------|----------|-------|------|--------|
| Z2 | 8349.566 | 2079.201 | 4.016 | *** | par_15 |
| Z3 | 2.699 | 1.599 | 1.687 | .092 | par_16 |
| Z5 | 846.449 | 551.577 | 1.535 | .125 | par_17 |
| Z1 | 1.136 | .406 | 2.797 | .005 | par_18 |
| Z4 | 5.303 | 2.052 | 2.585 | .010 | par_19 |
| e4 | 10.489 | 1.952 | 5.375 | *** | par_20 |
| e5 | 8.950 | 1.419 | 6.308 | *** | par_21 |
| e6 | 1.833 | .261 | 7.033 | *** | par_22 |
| e7 | 6739.124 | 1454.658 | 4.633 | *** | par_23 |
| e8 | 2771.977 | 356.977 | 7.765 | *** | par_24 |
| e9 | 506.636 | 67.324 | 7.525 | *** | par_25 |
| e10 | 2126.227 | 539.665 | 3.940 | *** | par_26 |
| e14 | .137 | .063 | 2.174 | .030 | par_27 |
| e15 | 14.750 | 2.370 | 6.223 | *** | par_28 |
| e16 | 1.545 | .239 | 6.452 | *** | par_29 |
| e3 | 1.316 | .212 | 6.203 | *** | par_30 |
| e2 | 1.946 | .378 | 5.149 | *** | par_31 |
| e1 | 3.598 | .579 | 6.215 | *** | par_32 |
| e11 | 4037.036 | 608.692 | 6.632 | *** | par_33 |

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

| | Estimate |
|-----------------|-------------|
| Recognition | .000 |
| Exploitation | .714 |
| Strategic | .697 |
| Leadership | .603 |
| SME Performance | .135 |
| Availability | .330 |
| Inspiration | .443 |
| Influence | .565 |
| Motivation | .445 |
| Survive | .270 |
| Growth | .294 |
| Profitability | .662 |
| Utilization | .582 |
| Experience | .128 |
| Social Linkage | .044 |
| Knowledge | .553 |
| Proactive | .234 |
| Risk | .356 |
| Innovative | <u>.459</u> |

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ นามสกุล

วิฑูร เจียมจิตต์ตรง

ประวัติการศึกษา

วิศวกรรมศาสตร์บัณฑิต

(ไฟฟ้ากำลัง)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีสำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2536

วิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต

(วิทยาการพลังงาน)

สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย

ปีสำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2526

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

(การจัดการ)

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ปีสำเร็จการศึกษา พ.ศ. 2533

ประสบการณ์ทำงาน

ปัจจุบัน

ผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ

บริษัทโปรเอ็นเทคโนโลยี จำกัด