



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ORGANIZATION DEVELOPMENT OF SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES IN THE NORTHEAST OF THAILAND

52N66

โดย

ดร.ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร

ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. 2553. **การพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.** ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และ 2) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative method) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และใช้การสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน

โดยจากการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการจำนวน 30 แห่ง เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดังนี้ 1) นโยบายภาครัฐ และการสนับสนุน 2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน 3) ด้านองค์ความรู้ 4) ด้านแรงงาน และ 5) ด้านการตลาด สำหรับแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้เชี่ยวชาญได้ข้อสรุปออกเป็นสองแนวทางคือ 1) การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร คือ นโยบายภาครัฐและการสนับสนุน และการพัฒนาด้านนโยบายการปล่อยสินเชื่อสำหรับวิสาหกิจ 2) ด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร ผู้ประกอบการต้องดำเนินการดังนี้ การพัฒนาด้านระบบบัญชีและการเงินของผู้ประกอบการ การพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสถานประกอบการ การจัดการทางการตลาด การใช้กลยุทธ์การรับช่วงการผลิตเพื่อการพัฒนาองค์กร และ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาองค์กร

Thongphon Promsaka Na Sakolnakorn. 2010. *Organization Development of Small and Medium-Sized Enterprises in the Northeast of Thailand*. Department of Educational Foundation, Faculty of Liberal Arts, Prince of Songkla University.

ABSTRACT

The objectives of the study are: 1) to study the problems of small and medium enterprises in the northeastern region of Thailand and 2) to explore the guideline for development of small and medium enterprises in the northeastern region of Thailand. In this research project, researcher used a qualitative method with in-depth interviews 30 entrepreneurs in small and medium-sized enterprises in northeast Thailand for study the problems of small and medium enterprises. In addition, content analysis was used to analyze this data. The researcher found five problems affecting SMEs in northeast Thailand: 1) public policy and government support, 2) financial support, 3) knowledge capital, 4) labor, and 5) marketing.

To explore the guideline for development of small and medium enterprises in the northeastern region of Thailand, researcher used the focus group technique by inviting 5 experts to participate in a discussion about how to development the capabilities and efficiency of small and medium enterprises in the northeastern region of Thailand. From the discussion of experts, the researcher can conclude into two type. Firstly is external environment is both local and central government should to development of public policy and government support, include financial support policy. Secondly, internal environment, organizations must act as follows; management of accounting and financial systems; human resource management; marketing strategy; development of entrepreneur's knowledge; use sub-contracting strategy; and management with information technology.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยจากความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากบุคคลจำนวนมาก ขอขอบคุณผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้ให้ความร่วมมือในการตอบคำถามการสัมภาษณ์ในการศึกษาวิจัย ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญที่กรุณาสละเวลามาอภิปรายในการสนทนากลุ่ม และช่วยทำให้การศึกษาวิจัยสำเร็จลงได้ และขอยกความสำเร็จทั้งหลายในงานวิจัยฉบับนี้ให้แก่ครอบครัวผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของข้าพเจ้าคือ คุณพ่อไพรัชต์ พรหมสาขา ณ สกลนคร คุณแม่นิธิกุล พรหมสาขา ณ สกลนคร พี่ชายนายพิชัยรัช พรหมสาขา ณ สกลนคร และภรรยาข้าพเจ้าแพทย์หญิงกนกศรี อัสวสันติ ที่คอยเป็นกำลังใจและทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้

ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. คำถามงานวิจัย	5
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
4. ขอบเขตของการวิจัย	6
5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ	6
6. นิยามศัพท์	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิต	7
2. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด	10
3. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	12
4. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	16
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	22
1. การศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	22
2. การศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	24
1. สรุปผลการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	
2. วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	32
3. แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	34
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	40
1. สรุปผลการศึกษา	40
2. ข้อเสนอแนะการวิจัย	45
บรรณานุกรม	46
ภาคผนวก	51
ภาคผนวก ก	สถานที่ตั้งของสถานประกอบการที่ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก
ภาคผนวก ข	รายนามผู้เชี่ยวชาญที่มาร่วมอภิปรายสนทนากลุ่ม
ภาคผนวก ค	การเผยแพร่ผลงานวิจัย
	52
	55
	58

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแยกตามภูมิภาคในปี พ.ศ. 2551	3

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	21
ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	39

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เป็นที่ทราบกันดีว่า แนวทางหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศที่สำคัญ คือ การกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคและพื้นที่ต่างๆของประเทศ เพราะการที่ความเจริญก้าวเข้าไปถึงนั้น หมายถึงความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจก็จะขยายตัวตามไปด้วย โดยเฉพาะการที่อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำคัญเป็นอย่างมากในหมู่ประเทศกำลังพัฒนา เพราะช่วยทำให้อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก(Chen and Rozelle, 1999) ซึ่งจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นอีกปัจจัยหนึ่งซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างมากในการช่วยสนับสนุนให้การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา โดยจากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2549) พบว่ามากกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ของการขับเคลื่อนอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจมาจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งกระจายตัวอยู่ตามภูมิภาคต่างๆของประเทศไทย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาหลายประเทศได้มีการเปลี่ยนแปลงจากประเทศเกษตรกรรมไปสู่ประเทศอุตสาหกรรม เพราะสิ่งนี้ช่วยก่อให้เกิดรายได้ทางภาษีที่มากขึ้น เพื่อนำมาพัฒนาชุมชน จากในอดีตที่ผ่านมาประชากรที่ยากจนและอยู่ในพื้นที่ห่างไกลความเจริญ จะได้รับเงินสนับสนุนเพื่อการดำรงชีวิตและการประกอบอาชีพจากรัฐบาล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยผลักดันให้ภาวะเศรษฐกิจมีการเจริญเติบโต แต่ในปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของระบบทางการเงินและการธนาคารก็ทำให้ประชากรสามารถกู้ยืมเงินมาประกอบธุรกิจได้มากขึ้น ซึ่งทำให้ช่วยทำให้เกิดการขับเคลื่อนของระบบเศรษฐกิจและการจ้างงาน และยังทำให้อัตราการย้ายถิ่นฐานของประชากรในพื้นที่ชนบทมีอัตราการลดลงเป็นอย่างมากเนื่องจากเกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในชนบทเกิดขึ้นอย่าง

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การพัฒนาอุตสาหกรรมมีการกระจายตัวไปอย่างมากมา ด้วยการสร้างโอกาสให้แก่อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมรวม ไปถึงวิสาหกิจชุมชน ในการส่งสินค้าออกจำหน่ายในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งอุตสาหกรรมขนาดย่อมมีความได้เปรียบทางการแข่งขันหลายอย่างที่ไม่สามารถพบได้ในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เป็นต้นว่า 1) อุตสาหกรรมขนาดย่อม มีช่องทางการติดต่อสื่อสารที่ไม่สลับซับซ้อนมากนัก และสามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว 2) ผลผลิตของอุตสาหกรรมขนาดย่อมสามารถผลิตในปริมาณจำนวนที่ไม่มากก็ได้ ซึ่งไม่เหมือนกับอุตสาหกรรมใหญ่ถ้ามีการผลิตใน

จำนวนน้อยแล้วจะไม่คุ้มค่างับต้นทุนการผลิต และ 3) อุตสาหกรรมขนาดย่อมมีลักษณะการปฏิสัมพันธ์กันในองค์กรใกล้ชิดมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งส่งผลทางตรงต่อรูปแบบการผลิต การบริหารงาน การติดต่อประสานงานภายใน และมาตรฐานของสินค้าอุตสาหกรรม (Khamanarong, 2002).

สำหรับในประเทศไทยนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมในต่างจังหวัด เกิดขึ้นมามากกว่า 40 ปี ซึ่งเริ่มต้นมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 เป็นต้นมา โดยเกิดภายใต้ฐานคติและแนวคิดของการพัฒนาชนบท โดยเฉพาะแนวคิดการพัฒนาวิสาหกิจและอุตสาหกรรมต่างจังหวัดมาจาก 2 แนวคิดคือ 1) พื้นที่ต่างจังหวัดมีลักษณะด้อยกว่าพื้นที่ที่พัฒนาแล้ว เช่น กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในทิศทางดังกล่าวเพื่อให้พื้นที่ต่างจังหวัดสามารถแข่งขันกับพื้นที่อื่นๆที่พัฒนาแล้วได้ 2) แนวคิดที่จะอาศัยลักษณะพิเศษของแต่ละพื้นที่ให้เป็นประโยชน์แก่การกระจายตัวของวิสาหกิจและอุตสาหกรรม เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งน้ำ ราคาที่ดินและราคาค่าจ้างเป็นต้น ซึ่งจากฐานคติและแนวคิดดังกล่าวทำให้เกิดการกระจายตัวของอุตสาหกรรมเมืองออกไปสู่พื้นที่ห่างไกล ทำให้อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม มีการกระจายตัวและเติบโตเป็นอย่างมากจนเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และความกินดีอยู่ดีของประชากรภายในประเทศ (โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์, 2536)

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวมานี้ การพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของวิสาหกิจทางด้านการบริหารจัดการจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยส่งเสริมให้วิสาหกิจสามารถดำเนินการและเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้สภาวะการแข่งขันของโลก เพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งจะเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจและภูมิภาคของประเทศ ซึ่งการบริหารวิสาหกิจและอุตสาหกรรมได้แปรเปลี่ยนจากประเด็นรองขององค์กร กลายเป็นสมรรถนะหลักที่เป็นหัวใจในการดำเนินการ (Core Competency) ทั้งในเรื่องของความต้องการเกี่ยวข้องกันของตัวผู้ปฏิบัติการเป็นเครือข่ายต่างๆในโซ่อุปทาน ทั้งในด้านการจัดการวัสดุและด้านข้อมูล เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการจัดการธุรกิจแบบองค์รวม กำลังเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ องค์ความรู้ต่างๆ ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเพื่อนำมาอ้างอิงให้ไปสู่ความสำเร็จจึงไม่ทันต่อเหตุการณ์ในการทำงานในสภาวะปัจจุบัน ดังนั้นการบริหารและการจัดการวิสาหกิจและอุตสาหกรรมจึงได้กลายเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการปรับปรุงพัฒนาธุรกิจในปัจจุบันนี้ ผู้จัดตั้ง ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้า ผู้ค้าปลีกและผู้ขายบริการจำนวนมากต่างค้นพบว่าจะต้องทำการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการดำเนินการและกลวิธีในการดำเนินการของตน มิฉะนั้นก็จะแพ้คู่แข่งที่มีระบบการบริหารจัดการที่ดีกว่าด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ากว่า

และมีลักษณะเป็นเชิงรุกมากกว่า ซึ่งการที่วิสาหกิจและอุตสาหกรรมจะสามารถปรับตัวจากสภาวะการแข่งขันให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้นั้น การจัดการธุรกิจจึงนับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจและอุตสาหกรรมเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศ และเป็นสิ่งที่ประเทศไทยจะต้องรีบดำเนินการ ในการที่จะพัฒนาวิสาหกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จำเป็นจะต้องมีการจัดการที่ดี ช่วยเพิ่มผลผลิตทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ส่งผลต่อการยกระดับการแข่งขันของอุตสาหกรรม ซึ่งจะนำไปสู่ความเสถียรภาพของวิสาหกิจและอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต

จากข้อมูลของ สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2551) พบว่า จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมรายภูมิภาค ปี 2551 พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการกระจายตัวอยู่ในพื้นที่ กรุงเทพและปริมณฑลสูงที่สุด มีจำนวน 818,182 รายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.9 รองลงมาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีจำนวน 717,990 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.4 อันดับที่สามารถอยู่ในภาคเหนือมีจำนวน 451,247 ราย ส่วนภาคใต้มีจำนวนวิสาหกิจ 365,506 รายคิดเป็นร้อยละ 12.9 ส่วนภาคตะวันออกมีจำนวน 199,604 รายคิดเป็นร้อยละ 7.1 ภาคตะวันตกมีจำนวน 122,811 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.3 และภาคกลางมีจำนวน 104,147 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.7 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแยกตามภูมิภาคในปี พ.ศ. 2551

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพและปริมณฑล	818,182	29.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	717,990	25.8
ภาคเหนือ	451,247	16.2
ภาคใต้	365,506	13.2
ภาคตะวันออก	199,604	7.2
ภาคตะวันตก	122,811	4.4
ภาคกลาง	104,147	3.7
รวม	2,779,487	100

ที่มา: สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2551

จากตารางที่ 1 จะพบว่า นอกจากกรุงเทพมหานครและปริมณฑลแล้ว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาคมาโดยตลอด อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการจ้างงานแรงงานในพื้นที่ ทำให้ประชากรในพื้นที่ที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยผลผลิตมวลรวมของประเทศ (GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในปี 2551 มีมูลค่า 3,446,589.2 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37.9 ของผลผลิตมวลรวมของทั้งประเทศ (สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552)

แต่อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของ สมชาย สกฤตสุวรรณ์ (2551) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า กว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการในรูปแบบบริษัท จำกัด เกือบทุกรายมีคนไทยเป็นเจ้าของกิจการ ไม่ได้ขอรับส่งเสริมการลงทุน ไม่ได้เป็นสมาชิกทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชน โดยร้อยละ 80 ดำเนินธุรกิจนานกว่า 5 ปี มีขนาดสินทรัพย์รวม 10 ถึง 50 ล้านบาท และจ้างแรงงาน 10 ถึง 50 คน ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการค้าขายธุรกิจของผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาด้านการตลาดและการแข่งขันมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านการเงินและการบัญชี กฎระเบียบและนโยบายของรัฐ บุคลากรและแรงงาน การบริหารและการจัดการ และการผลิตและเทคโนโลยี

นอกจากนั้น จากการศึกษาของ Promsaka Na Sakolnakorn, et al. (2009) ที่ได้ศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสิ่งทอ พบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหาด้านการบริหารการเงิน ด้วยการที่มักจะไม่ค่อยได้รับสินเชื่อจากแหล่งเงินทุน หรือยังขาดความรู้ความเข้าใจในรูปแบบและวิธีเขียนโครงการเพื่อยื่นขอเสนอการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และยังพบปัญหาด้านวัฒนธรรมของแรงงานในภูมิภาค ซึ่งสอดคล้องกับ Promsaka Na Sakolnakorn, et al. (2008) ที่อภิปรายไว้ว่า แรงงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมักจะหยุดงานเป็นเวลานานและเกินกำหนดเวลาที่ทางราชการกำหนด โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา หรือวันออกพรรษา เป็นต้น

ฉัฐพล นิรมานพัชรินทร์ (2552) ได้อภิปรายถึงรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้ทำการสำรวจในปี พ.ศ. 2552 ไว้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการของวิสาหกิจ ลำดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย เนื่องจากความ วิตกกังวลเรื่อง การลงทุน ความเชื่อมั่น และความสามารถในการส่งออก ลำดับที่ 2 คือ สถานการณ์ทางการเมือง เนื่องจาก SMEs ยังคงวิตกกังวลเรื่อง ความขัดแย้งที่ยืดเยื้อและยาวนาน อันจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่น การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจไทย จนทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคหันกลับมาเก็บออมแทนการบริโภคที่น่าจะเป็นตามนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยเฉพาะ SMEs ในพื้นที่ภาคกลาง ลำดับที่ 3

คือ พฤติกรรมผู้บริโภค โดยคาดว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคภายในประเทศน่าจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจเนื่องจาก SMEs มีความวิตกกังวลว่าเหตุการณ์ทางการเมืองจะส่งผลการอ้อมมากกว่าบริโภคตามปกติ ลำดับที่ 4 คือ เศรษฐกิจโลก และ ลำดับที่ 5 คือ การแข่งขันภายในประเทศ เนื่องจาก SMEs ประเมินว่าเหตุการณ์ภายในประเทศในปัจจุบันน่าจะส่งผลให้เกิดการชะลอการลงทุนด้านการตลาด ยังคงวิตกกังวลเรื่องการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดจากผู้ประกอบการรายใหญ่ หรือผู้ที่มีศักยภาพ จนทำให้ตนเองไม่สามารถอยู่รอดได้

จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมาเบื้องต้น ผู้วิจัยจึงมีคำถามงานวิจัยว่า 1) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยคืออะไร และ 2) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีวิธีแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานอย่างไร จากคำถามงานวิจัยและปรากฏการณ์ปัญหาต่างๆที่ผ่านมาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งที่จะศึกษาและวิจัย เพื่อจะหาทางพัฒนาวิธีการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ให้สามารถมีแนวทางที่จะแข่งขันและสามารถปรับตัวได้ในสภาวะของการแข่งขันในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อให้การศึกษานี้เป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดความยั่งยืนของวิสาหกิจ และสามารถเป็นแหล่งสร้างรายได้ เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ให้แก่ ประชากรในพื้นที่ ท้องถิ่น ภูมิภาคและประเทศไทยให้ยั่งยืนตลอดไป

2. คำถามงานวิจัย

1. ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยคืออะไร
2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีวิธีแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
2. เพื่อหาแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

4. ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

5. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยที่ได้ จะเป็นแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต่อไป

6. นิยามศัพท์

การบริหาร หมายถึง การดำเนินการใดๆ เพื่อให้สมาชิกสามารถใช้ความรู้ ความสามารถที่มีอยู่ ให้เกิดประโยชน์กับองค์กรและบรรลุเป้าหมายที่องค์กรต้องการ

การจัดการ หมายถึง การดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพ โดยมีกระบวนการซึ่งประกอบไปด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ เป็นต้น

การพัฒนา หมายถึง กระบวนการที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง โดยใช้การวางแผนการพัฒนา ผลักดันต่อกลยุทธ์ โครงสร้าง และกระบวนการ ด้วยการจัดสรรทรัพยากรเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่จะให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้เลือกแล้วด้วยการควบคุมอัตราการเปลี่ยนแปลงให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

องค์กร หมายถึง กลุ่มบุคคลที่ทำงานร่วมกัน มีการบริหารจัดการ มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

อุตสาหกรรม หมายถึง การประดิษฐ์สิ่งของออกจำหน่าย โดยการนำเอาวัตถุดิบมาแปรสภาพด้วยแรงงานคนและเครื่องจักร เพื่อทำเป็นเครื่องอุปโภค บริโภค ที่เรียกว่า สินค้า หรือผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สำหรับซื้อขายในตลาด และส่วนใหญ่ผลิตขึ้น โดยมีโรงงานเป็นสถานประกอบการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง โดยสำหรับวิสาหกิจขนาดเล็กจะต้องมีพนักงานไม่เกิน 50 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางจะต้องมีพนักงานตั้งแต่ 51-200 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 200 ล้านบาท

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และ 2) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับงานวิจัยดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิต
2. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด
3. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
4. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการผลิต

การพัฒนาอุตสาหกรรมชนบทในพื้นที่ห่างไกล มีส่วนช่วยอย่างมากที่จะทำให้ประเทศเกิดการพัฒนา ซึ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมในพื้นที่ชนบทยังมีช่องว่างระหว่างภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศกับแต่ละพื้นที่ที่แตกต่างกันออกไป อาทิเช่น บางส่วนของประเทศก็มีอัตราการเจริญเติบโตของภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและการพัฒนาพื้นที่รวมไปถึงรายได้ของประชากรในถิ่นชนบทสูง แต่ในทางกลับกันก็ยังมีอีกหลายพื้นที่เช่นกันที่ยังมีช่องว่างระหว่างรายได้และการพัฒนาเกิดขึ้น ซึ่งช่องว่างตรงนี้ขึ้นอยู่กับระดับการพัฒนาพื้นที่และทรัพยากรจากนโยบายของรัฐบาลและนโยบายของการพัฒนาประเทศ สำหรับนโยบายของประเทศเพื่อการพัฒนาและเพื่อปิดช่องว่างระหว่างรายได้และการพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชนของประเทศนั้น ซึ่ง Chen and Rozelle (1999) ได้อภิปรายไว้ว่า การกระจายตัวของอุตสาหกรรมไปสู่พื้นที่ชนบทในหลายประเทศ ช่วยให้ระบบเศรษฐกิจของประเทศเหล่านั้นมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมากมาจากการที่รายได้ของประชากรในท้องถิ่นห่างไกลมีรายได้เพิ่มมากขึ้นทำให้มีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น

ซึ่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมภายในประเทศ จะช่วยให้พื้นที่ต่างๆในประเทศมีความน่าสนใจต่อสิ่งแวดล้อมทางการลงทุนมากยิ่งขึ้น และจะช่วยเป็นเครื่องส่งเสริมให้

เกิดประสิทธิภาพของการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ได้ดียิ่งขึ้น ไปอีก รวมไปถึงความสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะสามารถทำให้อัตราของช่องว่างทางเศรษฐกิจหมดไปและทำให้เกิดอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นคือการเปลี่ยนรูปแบบของระบบทางการเงิน ซึ่งโครงการลงทุนทางโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่ จะช่วยให้มีประโยชน์อย่างมากต่อหมู่บ้านและอุตสาหกรรมในชนบทที่ห่างไกล รวมไปถึงจะทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของผลผลิตทั้งทางด้านเกษตรกรรมและอุตสาหกรรมเป็นอย่างมากซึ่งจะช่วยให้อุตสาหกรรมหมู่บ้านและอุตสาหกรรมเมือง ในเขตพื้นที่ห่างไกลสามารถเพิ่มผลผลิตและอยู่รอดได้ต่อไปในอนาคต (Fleisher and Chen, 1997)

ชาวลูกทศ ไชยนิวัด (2544: 6-8) ได้ทำการศึกษาด้านการส่งเสริมการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งจากผลการศึกษา ได้สรุปแนวทางในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนใน 4 ด้าน คือ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านความสมดุลการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ด้านสร้างองค์ความรู้แก่กลุ่มผู้ผลิต และศึกษาข้อมูลความต้องการของกลุ่ม ให้การส่งเสริมความต้องการของกลุ่มและศักยภาพผลิตภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1) ปัจจัยการผลิต โดยการส่งเสริมให้ผู้ผลิตรู้จักเลือกใช้ปัจจัยผลิตที่มีคุณภาพวัตถุดิบในท้องถิ่น จัดโครงการผลิตให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ เพิ่มประสิทธิภาพจัดหาและปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต โดยการส่งเสริมการลงทุนในการปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต การจัดสร้างระบบข้อมูลเผยแพร่ความก้าวหน้า เทคโนโลยีการผลิตระหว่างกลุ่มผู้ผลิต และพัฒนาประสิทธิภาพทักษะฝีมือแรงงานการผลิต โดยการฝึกอบรมเพิ่มขีดความสามารถของผู้ผลิตให้สามารถรับและทำงานร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ สนับสนุนเงินทุนในการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน วิชาชีพ

2) ผลิตภัณฑ์ พัฒนาคุณภาพมาตรฐานสินค้า การแปรรูปและการบรรจุหีบห่อให้ถึงระดับได้รับการรับรองจากหน่วยงาน ศึกษาพันธุ์พืช สัตว์ ควบคุมกระบวนการผลิตสินค้าให้ได้มาตรฐานเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในกลุ่มสินค้าที่มีโอกาสจะพัฒนาประสิทธิภาพให้ใกล้เคียงกับประเทศคู่แข่ง และส่งเสริมการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา สร้างความมั่นใจให้เจ้าของสิทธิและเป็นการกระตุ้นการคิดค้นเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ

3) การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยสนับสนุนเกษตรกรในการผลิต และแปรรูปภายใต้แนวทางพัฒนาแบบยั่งยืนสอดคล้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยลดอุปสรรคการส่งออกสินค้าเกษตรในระยะยาว โดยเฉพาะสินค้าเกษตรแปรรูป ส่งเสริมการผลิตที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระดับต่ำ เช่น การใช้วัตถุดิบจากการรีไซเคิล ส่งเสริมให้มีการผลิต และใช้วัตถุดิบที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม การรับรองระบบ การจัดการสิ่งแวดล้อมของกลุ่มผู้ผลิต การ

ติดตลาดผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตเพื่อประหยัดพลังงาน หาพลังงานทดแทน ใช้ระบบหมุนเวียนของเสียไปใช้ประโยชน์ใหม่

4) การสร้างองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตให้สามารถช่วยเหลือตนเองได้ ในเรื่องการผลิต พัฒนาการผลิต การแปรรูป การตลาด การบริหารจัดการกลุ่มย่อยอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ ส่งเสริมการนำความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ โดยสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงข้อมูลเทคโนโลยีจากสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งสถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อร่วมมือกันในการพัฒนาเทคโนโลยี และการถ่ายทอดเทคโนโลยี ให้ใช้ประโยชน์ได้อย่างทั่วถึง ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างกว้างขวาง เชื่อมโยงทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งพัฒนาแหล่งข้อมูล ฐานข้อมูลเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้ประชาชนได้มีโอกาสรับรู้ข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วทันเหตุการณ์ และส่งเสริมสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นให้เป็นหน่วยรวบรวมและศึกษาเกี่ยวกับภูมิปัญญา และความต้องการเทคโนโลยีของท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาเทคโนโลยีที่เหมาะสม โดยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัยในภูมิภาคและในส่วนกลาง

การผลิตเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการบริหารกระบวนการการแปลงสภาพปัจจัยการผลิตเพื่อให้ได้สินค้าและบริการตามคุณลักษณะที่ต้องการของผู้บริโภค การผลิตได้เริ่มวิวัฒนาการจากโรงงานอุตสาหกรรม โดยมีกลุ่มบุคคลซึ่งมี F.W.Taylor เป็นผู้นำ ได้ร่วมกันเป็นผู้บุกเบิกการบริหารการผลิตในสมัยใหม่จนปัจจุบันนี้คอมพิวเตอร์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญมากในการผลิตแบบใหม่ หน้าที่สำคัญของการผลิตจะเกี่ยวกับการเตรียมระบบการผลิต การควบคุมการผลิตและการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เพราะต่างก็สัมพันธ์กันในระบบ ซึ่งระบบการผลิต เป็นเป้าหมายสำคัญของการบริหารการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงต้องจัดให้มีการปฏิบัติงานระหว่างขั้นตอนต่างๆ สอดคล้องและสัมพันธ์กัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการประกอบการผลิต ดังนั้นการบริหารการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารจำเป็นจะต้องเข้าใจลักษณะของกิจการแต่ละชนิด และต้องเข้าใจความแตกต่างของการผลิตแต่ละประเภท รวมตลอดถึงทราบปัญหาที่จะเกิดจากการบริหารการผลิตทั้งในระยะสั้นและระยะยาวด้วย

ดังนั้น เพื่อให้การบริหารการผลิตและการส่งเสริมการผลิตประสบความสำเร็จด้วยดี มีหลักสำคัญอยู่ 2 ประการ ที่ผู้ประกอบการจะต้องระลึกรู้ และตระหนักอยู่เสมอว่า การผลิตเป็นกระบวนการต่อเนื่องของการปรับปรุงที่ไม่มีที่สิ้นสุด และผู้ประกอบการจะต้องมีความเข้าใจถึงปัจจัยสำคัญของความสำเร็จที่กล่าวมาข้างต้นอย่างเต็มที่ ไม่ว่าท่านจะให้ความสำคัญแก่ปัจจัยใดอยู่แล้วในปัจจุบันก็ตาม ปัจจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จะต้องได้รับการเอาใจใส่อยู่ตลอดเวลา ครอบคลุมเท่าที่ธุรกิจดำเนินไป ซึ่งการบริหารการผลิตที่ดี และประสบความสำเร็จ ก็จะต้องมีประสานการจัดการปัจจัยทั้งหมดอย่างไม่มีข้อบกพร่องด้วย ดังนั้นถ้าผู้บริหารของวิสาหกิจในขนาดกลาง

และขนาดย่อมสามารถเรียนรู้และตระหนักถึงการบริหารการผลิตได้เป็นอย่างดีแล้ว ย่อมจะพัฒนาตนเองไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจได้เป็นอย่างดีตลอดไป

2. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

การบริหารการตลาด เป็นการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงานทางการตลาดและจัดสรรทรัพยากรของกิจการเพื่อบรรลุจุดหมายตามแนวทางนั้น โดยเป็นการบริหารภายใต้สภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ซึ่งอาจเป็นไปตามสภาพแวดล้อม กระแสของสังคม และนโยบายของบริษัท โดยแนวความคิดทางการตลาดแบ่งเป็น 5 แนวความคิด ดังนี้ 1) แนวความคิดมุ่งการผลิต เป็นแนวความคิดทางการตลาดที่ให้ความสำคัญทางการผลิตเป็นหลัก โดยยึดหลักว่าต้องมีการรักษาและปรับปรุงการผลิตให้ดีขึ้น เพื่อลดต้นทุนให้ต่ำ หรือเพื่อให้กำไรจากการลงทุนเพิ่มขึ้น 2) แนวความคิดมุ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวความคิดที่เกิดจากความคิดว่าผู้บริโภคย่อมจะพอใจผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและรูปลักษณะที่ดีที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับราคา 3) แนวความคิดมุ่งการขาย เป็นแนวความคิดที่เกิดขึ้นในช่วงที่มีการผลิตสินค้าด้วยเครื่องจักรอันทันสมัยในช่วงเวลาของการปฏิวัติอุตสาหกรรม ทำให้ความต้องการขายมีมากกว่าความต้องการซื้อ โดยมีหลักว่าผู้ซื้อโดยทั่วไปจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของเขาและต้องการมีการพอใจหรือกระตุ้นให้ซื้อ 4) แนวความคิดมุ่งการตลาด เป็นแนวความคิดทางการตลาดที่ยึดถือความต้องการของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยมีจุดมุ่งหมายไปยังกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และผลิตสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และ 5) แนวความคิดการตลาดเพื่อสังคม เป็นแนวความคิดทางการตลาดที่ธุรกิจในปัจจุบันใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเป็นแนวความคิดที่ทันสมัย เป็นที่ยอมรับว่ากิจการธุรกิจควรให้บริการแก่สังคมในด้านต่างๆ เพราะส่วนหนึ่งของตลาดก็เพื่อสังคม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 12-16)

นอกจากนั้น บุญทัน คอกโทสง (2541: 155) ได้อธิบายว่า การจัดการตลาดเป็นกิจกรรมทางธุรกิจ โดยเริ่มตั้งแต่การทำให้มีสินค้าหรือการบริการเกิดขึ้นจนกระทั่งสินค้าหรือบริการไปถึงมือผู้บริโภค โดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ก็เพื่อที่จะได้มาซึ่งคำตอบแทน โดยคำตอบแทนที่องค์การอุตสาหกรรมได้มานั้น เกิดจากคุณค่าของการบริการ ซึ่งถ้าองค์การต้องการเพิ่มมูลค่าของรางวัลตอบแทน องค์การจะต้องเพิ่มมูลค่าของการบริการ ซึ่งองค์การธุรกิจจะต้องทำให้ลูกค้าพึงพอใจในการตลาด การบริการ รวมทั้งราคาของสินค้าที่คุ้มค่ากับการที่ลูกค้าต้องจ่ายเงินและประสิทธิภาพของการผลิตของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าได้รับ ซึ่ง Kotler (2001: 5-9) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า ในการแข่งขันในสภาวะการตลาดปัจจุบัน อุตสาหกรรมต้องมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ซึ่งการประสบความสำเร็จทาง

การตลาดนั้นมีสิ่งสำคัญอยู่ 9 ปัจจัยที่ต้องใช้ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดคือ 1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่า 2) การบริการที่ดีกว่า 3) ราคาที่ต่ำกว่า 4) การมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากกว่าคู่แข่ง 5) การที่มีการปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาวะทางการตลาดอยู่ตลอดเวลา 6) การที่มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง 7) นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ 8) การที่มีอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งตลาดที่สูง และ 9) การที่ให้อะไรที่มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

เหม และสมปอง อาจณรงค์ (2545 : 56) ให้ความหมายคำว่า กลยุทธ์ทางการตลาดของหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กับการพัฒนาชุมชนไว้ว่า การตลาดเป็นเรื่องสำคัญสำหรับการดำเนินงานของทุกองค์กร ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นกิจกรรมการพัฒนาชุมชน การตลาดจะเป็นแนวคิดหลักที่มีหน้าที่รองรับกิจกรรมที่สำคัญทั้งหมด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จะต้องพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค และการพัฒนาชุมชนจะต้องมีรูปแบบและวิธีการทำงานที่ทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนเช่นเดียวกัน รวมทั้งจะต้องใช้เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัยเพื่อให้สามารถสื่อสารถึงมือผู้บริโภคและประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การตลาดได้ให้แนวคิดที่เป็นประโยชน์ให้กับองค์กร และประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยทางเลือกขององค์กร ในการนำแนวทางการตลาดมาใช้จะต้องพิจารณาว่าจะเลือกใช้ให้ได้อย่างไร การตลาดเป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งองค์กรไม่สามารถหลีกเลี่ยงการนำแนวความคิดทางการตลาดมาปรับใช้ในการดำเนินงานโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ

วิสาหกิจจำเป็นต้องอาศัย รูปแบบการจัดการทางการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ศึกษาความต้องการของตลาดก่อน หรือศึกษาความเป็นไปได้ของสินค้าที่จะวางตัวลงในตลาดก่อนที่จะผลิตออกมาเป็นสินค้าจำหน่าย แต่เท่าที่ผ่านมาพบว่าคนชนบทเองขาดความรู้ทางด้าน การตลาดค่อนข้างมาก หลายชุมชนผลิตสินค้าขึ้นมาแล้วไม่สามารถจำหน่ายได้เพราะหลายปัจจัย เช่น ตัวสินค้าเองไม่เป็นที่รู้จักหรือน่าสนใจ ค่านิยมของคนไทยที่ไม่นิยมสินค้าไทยหรือแม้กระทั่งตลาดที่จะวางสินค้าเพื่อจำหน่าย โอกาสจึงตกอยู่กับพ่อค้าคนกลางที่มีกำลังมากกว่ามารับช่วงแล้วได้กำไร โดยไม่ต้องลงทุน ผู้ผลิตในชุมชนจึงเป็นฝ่ายเสียเปรียบอยู่เสมอ จากการศึกษาของ Meissner (1997) ที่พบว่า สินค้าการเกษตรมีข้อจำกัดในการส่งออกจำหน่าย ถ้าจะทำการตลาดได้ดี สินค้าเกษตรดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับการแปรรูปเสียก่อน จึงจะทำให้สามารถจำหน่ายได้ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ซึ่ง Meissner ได้อภิปรายว่า การตลาดสินค้าการเกษตรมีข้อจำกัดที่สินค้าเกษตรไม่สามารถส่งไปขายได้ไกล แต่ถ้าสินค้าเกษตรได้รับการแปรรูป ก็จะเป็นโอกาสอย่างหนึ่งของสินค้า การทำการตลาดจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในการหาตลาดต่างประเทศ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศและนอกจากนั้น ควรมีเงินทุนหรือสินเชื่อ

สำหรับธุรกิจที่สนใจที่จะทำธุรกิจข้ามชาติ เพื่อให้ธุรกิจทางเกษตรได้รับโอกาสในการตลาดเพิ่มมากขึ้น

จากที่กล่าวมานั้น การตลาดหมายถึง กระบวนการวางแผนการจำหน่ายสินค้าตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การตั้งราคา การหาช่องทางในการจำหน่ายสินค้าเพื่อให้ได้มาซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดของสินค้านั้น ถ้าวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมมีความรู้ความเข้าใจในการตลาดและสามารถเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับการแข่งขัน ก็จะทำให้องค์กรอุตสาหกรรมสามารถได้มาซึ่งส่วนครองตลาดที่สูงขึ้นและสามารถเข้าสู่ตลาดใหม่ได้มากขึ้น ดังนั้น การเลือกใช้กลวิธีทางการตลาดและความรู้และทักษะทางการตลาดที่วิสาหกิจชุมชนนำมาประยุกต์ใช้ได้ดีและเหมาะสมในแต่ละสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมทางการตลาดแล้ว ก็จะทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรได้ต่อไป

3. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ในชุมชนมีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจในระดับรากหญ้าอยู่มากมาย ซึ่งเป็นธุรกิจที่ยังมีขนาดไม่ถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs: Small and Medium Enterprise) หรือสหกรณ์ แต่เป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศได้ในระดับหนึ่ง ธุรกิจในระดับนี้ยังมีปัญหาที่ประสบอยู่ คือไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานของรัฐหรือเอกชนอื่นๆ เนื่องจากข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและความต้องการไม่ชัดเจน รัฐบาลจึงกำหนดให้มีการออกกฎหมายรองรับการประกอบการ คือ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ขึ้นมา โดยมีหลักการเพื่อส่งเสริมสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งจำนวนหนึ่งอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมจะเข้ามาแข่งขันทางการค้าให้ได้รับการส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การพัฒนาความสามารถในการจัดการ และพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นผู้ประกอบการของหน่วยงานธุรกิจที่สูงขึ้น

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ได้ให้ความหมายวิสาหกิจชุมชน ไว้ว่า วิสาหกิจชุมชนหมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

นอกจากนั้น ฅรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และ พิทยา ว่องกุล (2545) ได้อธิบายว่า วิชาทกกิจชุมชน หมายถึง การจัดการ ทุนของชุมชนและโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งพาตนเอง และยังได้อธิบายเพิ่มเติมถึงคำว่า “วิชาทกกิจ” แปลจากภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ซึ่งจะแปลว่า “การประกอบการ” แต่เรามักจะคุ้นกับคำว่า “รัฐวิชาทกกิจ” เท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันนี้สถานการณ์เปลี่ยนไปมีคำว่า “วิชาทกกิจชุมชน” (SMCE: Small and Micro Community Enterprise) เกิดขึ้น ผู้คนเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับวิชาทกกิจชุมชนจนกล่าวได้ว่าเป็นยุคแห่งวิชาทกกิจชุมชน วิชาทกกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติหรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือผลิตผลโดยครอบครัวในชุมชน โดยองค์กรชุมชน และเครือข่ายองค์กรชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนโดยมีหลักการคิดที่สำคัญ คือสร้างความหลากหลายของผลผลิตและผลิตภัณฑ์ในชุมชน เพื่อการบริโภคแบบพึ่งพาตนเองลดรายจ่ายให้ครอบครัว สร้างเสริมสุขภาพอนามัยที่ดีให้ตนเอง และมีคุณธรรมรับผิดชอบต่อสมาชิกคนอื่น ๆ ที่อยู่ร่วมในชุมชน ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดและเอาเปรียบผู้บริโภค

คำว่าวิชาทกกิจ ยังรวมไปถึงโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของภาครัฐ ซึ่งคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (2546: 1-7) ได้ให้ความหมายของประเภทผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการคัดเลือกผู้ประกอบการตามโครงการสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ในปี พ.ศ. 2546 ไว้ดังนี้

- 1) ประเภทอาหาร หมายถึง ผลิตผลทางการเกษตรที่บริโภคสด และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ทั้งอาหารแปรรูปที่พร้อมบริโภค หรืออาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป รวมถึงอาหารแปรรูปที่ใช้เป็นวัตถุดิบสำหรับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง
- 2) ประเภทเครื่องคั้ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องคั้มที่มีแอลกอฮอล์ และผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องคั้มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ รวมถึงผลิตภัณฑ์เครื่องคั้มที่พร้อมคั้ม ผลิตภัณฑ์ประเภทขงละลาย และผลิตภัณฑ์ประเภทขง เป็นต้น
- 3) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอ และผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติ หรือเส้นใยธรรมชาติผสมเส้นใยสังเคราะห์หรือผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องประดับตกแต่งร่างกายจากวัสดุทุกประเภท
- 4) ประเภทของใช้และของประดับตกแต่ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องเรือน เครื่องใช้สำนักงาน เครื่องตกแต่งบ้าน เครื่องใช้สอยต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มจักสาน ถักสาน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้สอย

5) ประเภทศิลปะประติมากรรมและของที่ระลึก หมายถึง สิ่งประติมากรรมที่สะท้อนวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมท้องถิ่น

6) ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร หมายถึง ผลผลิตจากธรรมชาติที่ไม่ใช่การบริโภคหลักเกณฑ์ทั่วไปในการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยมี 5 ด้านคือ

1. ด้านการผลิต ประกอบด้วยปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

(1) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ หมายถึง ปริมาณวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตที่ได้มาจากพื้นที่ในจังหวัดนั้น ต่อปริมาณวัตถุดิบทั้งหมดที่ใช้ในการผลิต

(2) การขยายแรงงาน/กำลังการผลิต หมายถึง จำนวนแรงงาน หรือเครื่องจักรอุปกรณ์หรือผลผลิตที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี

(3) ช่วงระยะเวลาในการผลิต หมายถึง ช่วงระยะเวลาที่ผู้ผลิตทำการผลิตสินค้า นั้นในแต่ละปี

(4) กำลังการผลิต หมายถึง เมื่อมีการสั่งซื้อสินค้าจากลูกค้ามีความสามารถผลิตสินค้าไปตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ ระดับใด

(5) การรักษาสีเงาแวดล้อมในกระบวนการผลิต หมายถึง กระบวนการผลิตมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเพียงใด และมีระบบในการแก้ไขผลกระทบของสิ่งแวดล้อมหรือไม่

(6) ศักยภาพการผลิตจำนวนมากเพื่อจำหน่าย หมายถึง เมื่อลูกค้าสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก และหลายครั้ง สามารถผลิตสินค้าได้คุณภาพเหมือนเดิมหรือไม่เพียงใด

2. ด้านการตลาด ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

(1) แหล่งจำหน่ายหลักของสินค้า หมายถึง แหล่งจำหน่ายที่นำสินค้าไปขาย

(2) จำนวนแหล่งจำหน่ายสินค้า หมายถึง จำนวนร้านค้า แหล่งจำหน่าย ผู้รับซื้อสินค้าที่นำสินค้าไปจำหน่าย

(3) รายได้ในการจัดจำหน่ายสินค้าเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา หมายถึง ปริมาณรายได้จากการจำหน่ายสินค้าในรอบ 12 เดือนนี้ เทียบกับปริมาณการจำหน่ายในรอบ 12 เดือนที่แล้ว

(4) ความต่อเนื่องของตลาด หมายถึง การมีลูกค้าเก่าหรือลูกค้าใหม่อย่างเดียวหรือทั้งสองอย่าง และการสั่งซื้อเป็นอย่างไร

(5) รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะหรือรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้าเพื่อความสวยงาม และไม่ให้สินค้าเสียหาย

(6) ฉลากและเครื่องหมาย หมายถึง ข้อความและเครื่องหมายที่แจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตใช้ติดกับสินค้านั้นเพื่อให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อทราบ

(7) ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง วิธีการที่ผู้ผลิตจำหน่ายสินค้า เช่น จำหน่ายเองผ่านคนกลาง ผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

(8) การสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจของลูกค้า หมายถึง วิธีการใดๆ ที่ผู้ผลิตใช้เพื่อให้ลูกค้าสนใจและซื้อสินค้า

3. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

(1) ที่มาของรูปแบบสีสันทันของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ลักษณะและที่มาของรูปแบบและสีสันทันของผลิตภัณฑ์ ได้มาโดยวิธีการใด

(2) การพัฒนารูปแบบสีสันทันของผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับเปลี่ยนรูปแบบ สีสันทันของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

(3) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผลิตในรอบ 1 ปี หมายถึง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มีการพัฒนามาอย่างไรและจากใคร

(4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

(5) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะด้านวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการรับรองมาตรฐาน ที่สนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน

4. ด้านเรื่องราวหรือตำนานของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

(1) เรื่องราวของตัวผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประวัติความเป็นมาของตัวผลิตภัณฑ์ เช่น วัตถุดิบ วิธีการผลิต หรือภูมิปัญญาที่ใช้ในการผลิต ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

(2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น/เอกลักษณ์ของท้องถิ่น หมายถึง มีการนำความรู้ ทักษะ ความสามารถในการผลิต ที่สืบสานมาจากบรรพบุรุษในท้องถิ่นนั้นๆ มาใช้ในการผลิต มากน้อยเพียงใด

5. ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

(1) ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม หมายถึง จำนวนปี นับจากการที่กลุ่มเริ่มทำธุรกิจ หรือเริ่มผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย ไม่นับรวมการผลิตเพื่อใช้เองหรือเมื่อเริ่มรวมกลุ่มแต่ยังไม่มีการผลิต

(2) กองทุนของกลุ่ม หมายถึง เงินทุนของกลุ่มที่ได้มาจากการดำเนินงาน การปันผลจากการดำเนินงาน การถือหุ้นของสมาชิก หรือการสะสมเป็นกองทุน เพื่อใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ ซึ่งไม่รวมถึงเงินกู้ยืมจากแหล่งต่าง ๆ

(3) การบริหารจัดการองค์กร/กลุ่ม หมายถึง การบริหารจัดการกลุ่มที่มีระเบียบ โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน มีกฎระเบียบปฏิบัติของกลุ่มที่ชัดเจน ทั้งที่กำหนดเป็นลายลักษณ์อักษร หรือข้อตกลงร่วมกัน รวมทั้งกลุ่มที่จัดระเบียบอย่างเป็นทางการ และรวมตัวกันเอง

(4) ที่มาของแหล่งเงินทุนหลัก หมายถึง เงินที่ใช้ในการลงทุน ซึ่งมาจากการกู้ยืม เงินจากแหล่งเงินทุน หรือสถาบันการเงินต่างๆ ทั้งในระบบ และนอกระบบ รวมทั้งการระดมหุ้น จากสมาชิก

(5) ระบบการหักบัญชี หมายถึง การบันทึกบัญชีตามระบบบัญชี คือ มีการบันทึก บัญชีเงินสด บัญชีกระแสรายวัน บัญชีลูกหนี้ บัญชีเจ้าหนี้ งบกำไรขาดทุน งบดุล

จากการศึกษาของ วิทยา จันทะวงศ์ศรี (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อ ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ปัจจัยที่ ต้องพิจารณาและให้ความสำคัญ สำหรับการนำแนวทางเลือกวิสาหกิจชุมชนนำไปปรับใช้กับ กลุ่มเพื่อผลต่อความสำเร็จประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ คือ 1) ปัจจัยด้านการผลิต 2) ปัจจัยด้าน การตลาด 3) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ 4) ปัจจัยด้านการเงิน 5) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ในกลุ่มวิสาหกิจ 6) ปัจจัยเกี่ยวกับความเป็นผู้นำ 7) ปัจจัยด้านแรงงาน 8) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการ มีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก 9) ปัจจัยที่เกี่ยวกับสมาชิก และ 10) ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร

จากที่กล่าวมานั้น วิสาหกิจชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ที่ เลี้ยงตนเองได้ พึ่งตนเองได้ ซึ่งมีได้หมายถึงการพึ่งพาภายนอก นอกจากนั้น วิสาหกิจชุมชน จะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบ เศรษฐกิจภาพรวม เพราะการที่ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอก ข้อมหมายถึงโอกาสใน การพัฒนาความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันจะเป็นไปได้มากขึ้น อันเป็นหลักการที่นำไปสู่การเป็น ฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง

4. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การเกิดขึ้นของวิสาหกิจนั้น ได้มีการศึกษาไว้มากมาย เช่น Parker and Munroe (2007) ได้ อธิบายถึงลักษณะผู้ประกอบการขนาดย่อมในประเทศสหรัฐอเมริกาว่า ผู้ประกอบการรายย่อยมี โอกาสที่จะเกิดขึ้นได้ทั้งในเขตเมืองและนอกเมือง ไม่ได้หมายความว่าเฉพาะผู้ประกอบการในเขต ชนบทเท่านั้น ในเขตเมืองหรือเขตชานเมืองที่มีลักษณะเหมือนคำจำกัดความข้างต้นเราก็เรียกว่าเป็น ผู้ประกอบการรายย่อย และจากข้อคิดเห็นของ Walls (2001) ที่พบว่าสัดส่วนของการเกิด ผู้ประกอบการรายย่อยจะช่วยลดปัญหาการว่างงานของประชากรในประเทศสหรัฐอเมริกา โดย อธิบายว่าในหลายปีที่ผ่านมา มีประชากรมากกว่า 49 ล้านคนของอเมริกาสามารถก้าวเข้าสู่

ความสามารถในการทำงานในวิสาหกิจขนาดย่อม ซึ่งช่วยลดอัตราว่างงานของประชากรภายใน
 ลงกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ ทำให้คนมีรายได้รวมทั้งสามารถสร้างให้เกิดการแข่งขันในตลาดได้

ในการจำแนกประเภทของวิสาหกิจ สรชัย พิศาลบุตร (2529: 5-6) ได้จำแนกประเภท
 อุตสาหกรรมโดยพิจารณาจากเงินทุนและจำนวนคนงานไว้ดังนี้

1) อุตสาหกรรมในครอบครัว ได้แก่ อุตสาหกรรมที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 แสน
 บาท และมีจำนวนคนงานทุกแผนกรวมกันแล้วน้อยกว่า 10 คน

2) อุตสาหกรรมขนาดเล็ก ได้แก่ อุตสาหกรรมที่มีเงินทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 1 ล้านบาท
 และมีจำนวนคนงานทุกแผนกรวมกันแล้วน้อยกว่า 50 คน

3) อุตสาหกรรมขนาดกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมที่มีเงินทุนจดทะเบียนสูงกว่า 10 ล้านบาท
 และมีจำนวนคนงานรวมกันทุกแผนกแล้วน้อยกว่า 500 คน

4) อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ได้แก่ อุตสาหกรรมที่มีเงินทุนจดทะเบียนสูงกว่า 10 ล้านบาท
 และมีจำนวนคนงานรวมกันทุกแผนกแล้วตั้งแต่ 500 คนขึ้นไป

สำนักงานธกชอุตสาหกรรมขนาดย่อม (2531: 17) ได้ให้คำจำกัดความธุรกิจขนาดย่อม
 โดยพิจารณาจากทรัพย์สินถาวรว่า ธุรกิจขนาดย่อมนั้นจะต้องมีทรัพย์สินถาวรหรือมีทุนจดทะเบียน
 ไม่เกินกว่า 2 ล้านบาท นอกจากนั้น สำนักธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม (2531: 17) ได้ให้คำจำกัด
 ความของคำว่า ธุรกิจขนาดย่อมว่า หมายถึง ธุรกิจที่มีการลงทุน (มีเงินทุนจดทะเบียนหรือทรัพย์สิน
 ถาวร) ไม่เกิน 5 ล้านบาท กรมแรงงาน (2531: 17) ได้ให้คำจำกัดความธุรกิจขนาดย่อมว่า ต้องมีการ
 จ้างแรงงานไม่เกิน 20 คน

ในช่วงปี พ.ศ. 2550 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แบ่งประเภท
 ของวิสาหกิจออกเป็น 3 ประเภทคือ 1) ภาคการผลิต คือ วิสาหกิจหรืออุตสาหกรรมที่มีการผลิต
 สินค้าต่างๆ เป็นต้น 2) ภาคการค้าและซ่อมบำรุง รวมไปถึงการค้าปลีกค้าส่ง และการให้บริการ
 ซ่อมแซมและดูแลรักษาต่างๆ และ 3) ภาคบริการ เช่น กิจการบริการต่างๆ เช่น การท่องเที่ยว การ
 โรงแรม การขนส่ง การซ่อมบำรุง การเก็บรักษา (คลังสินค้า) เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
 ขนาดกลางและขนาดย่อม, 2552) ในการแบ่งขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
 โดยใช้หลักเกณฑ์ขั้นสูงของทรัพย์สินถาวร (รวมที่ดิน) ของกิจการ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ
 ขนาดกลางและขนาดย่อมได้กำหนดขนาดของ SMEs แต่ละประเภทกิจการได้ดังนี้

ตารางที่ 2 การแบ่งขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเภท	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
(1) การผลิต	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 200 ล้านบาท
(2) การบริการ	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 200 ล้านบาท
(3) การค้าและการซ่อมบำรุง	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 200 ล้านบาท

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2552

จากข้อมูลของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2552) พบว่า ในปี พ.ศ. 2551 วิสาหกิจขนาดกลางส่วนใหญ่อยู่ในภาคการผลิต จำนวน 4,568 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.81 รองลงมาอยู่ในภาคบริการ จำนวน 4,498 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.26 และอยู่ในภาคการค้าและซ่อมบำรุงจำนวน 2,933 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.79 ส่วนวิสาหกิจขนาดย่อมมีการกระจายตัวอยู่ในภาคการค้าและซ่อมบำรุงมากที่สุด จำนวน 1,318,641 ราย คิดเป็นร้อยละ 46.83 รองลงมาอยู่ในภาคบริการ จำนวน 952,338 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.82 และภาคการผลิต จำนวน 540,194 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.19

จากที่กล่าวมานั้น พบว่า สาเหตุสำคัญที่ SMEs ทำให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมคือ 1) SMEs เป็นแหล่งรองรับการจ้างงานขนาดใหญ่และกระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งนี้เพราะวิสาหกิจต่าง ๆ ได้เกิดอยู่ในทุกชุมชนที่มีประชากรอาศัยอยู่กันเป็นหมู่เหล่ามีการประมาณการว่า SMEs สามารถรองรับในการจ้างงานได้มากกว่า 5 ล้านคน 2) SMEs สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้ารวมทั้งยังทำรายได้นำเงินตราต่างประเทศจากการส่งออก และยังสามารถผลิตสินค้าเพื่อทดแทนการนำเข้า อันทำให้ประเทศสามารถประหยัดเงินตราต่างประเทศได้จำนวนมากในแต่ละปี 3) SMEs เป็นแหล่งสร้างเสริมประสบการณ์บริการแก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่หรือนักลงทุนหน้าใหม่ จากธุรกิจเล็กๆ และพัฒนาจนเติบโตในที่สุด 4) SMEs เป็นหน่วยผลิตที่สนับสนุนและเชื่อมโยงไปสู่กิจการต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจการขนาดใหญ่ ขนาดกลางและหรือกิจการขนาดย่อมด้วยตนเองในรูปแบบของการผลิตเป็นสินค้าวัตถุดิบขั้นต้น ขั้นกลาง ด้วยวิธีการว่าจ้างผลิต หรือการรับช่วงการผลิต (Subcontracting) 5) SMEs เป็นการเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตที่เกี่ยวข้องกัน เช่น ภาคการเกษตร ภาคการบริการขนส่ง ภาคการก่อสร้าง ภาคการค้าส่ง-ค้าปลีก และ 6) การเกิดขึ้นของ SMEs ตามภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศเท่ากับเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค อันเป็นส่วนหนึ่งของการกระจายรายได้ที่ดีทางหนึ่ง ดังนั้น การพัฒนา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงก่อเกิดประโยชน์โดยภาพรวมแก่ประเทศ และช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนต่อไป

5. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาของ อนงค์นุช เทียนทอง และคณะ (2545) ได้ศึกษาประเด็นที่วิสาหกิจต้องการความช่วยเหลือจากรัฐ พบว่า วิสาหกิจในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนใต้ มีความต้องการให้รัฐช่วยเหลือในด้าน 1) การจัดการองค์ความรู้ ด้วยการให้รัฐเข้ามาช่วยเหลือในเรื่ององค์ความรู้ และการพัฒนาตนเอง 2) การเงิน เช่น ขาดแหล่งเงินทุน และไม่มีความรู้ทางระบบบัญชี 3) การตลาด ในเรื่ององค์ความรู้ทางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการแข่งขัน และ 4) การผลิต เช่น มาตรฐานสินค้า ความรู้ในการผลิต และเทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น

กิตติ ถ่มสกุล (2545: 4) การสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน หรือตำบล โดยการพึ่งตนเอง ผู้ที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องอุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะสร้างการกินคืออยู่ดี และคุณภาพชีวิตมุ่งสู่ตลาดสากลพร้อม ๆ กับ การเน้นท้องถิ่นเป็นหลัก ให้เข้าสู่ตลาด เพื่อจะขยายขอบเขตตลาดไปสู่ตลาดโลก เสริมกับตลาดในประเทศ การคิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่แต่ละท้องถิ่นผลิตขึ้น ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ มีการจัดการด้านการตลาดอย่างเหมาะสม สามารถเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนนั้น ๆ ได้ทางหนึ่ง คนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือร่วมใจกัน ให้คำแนะนำ และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน มีจุดประสงค์ไปในทางเดียวกัน จึงจะสามารถทำให้ความคิดนั้น ๆ สำเร็จ สิ่งที่มองเห็นได้ชัดก็คือ การคิดค้นการสร้างผลิตภัณฑ์บนรากฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่มองไม่เห็นก็คือ หลักแห่งความเป็นน้ำใจเดียวกันของคนไทยในท้องถิ่น ซึ่งจะเกิดความเชื่อมั่นซึ่งกันและกันนั่นเอง แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นนี้เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อ ๆ ไป แนวทางการพัฒนาที่สอดคล้องกันกับธรรมชาติจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้นอยู่กับธรรมชาติอย่างเฉลียวฉลาดและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ช่วยสร้างกำลังใจให้เกิดขึ้นรวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับหน่วยงานที่จะให้การสนับสนุน

สมเกียรติ ทวีจักษ์ (2552) ได้อธิบายถึงประเด็นสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ปัจจัยด้านการเมือง (Political Factors) เช่น นโยบายเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล 2) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) เช่น สภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันได้ส่งผลต่อผู้ประกอบการ 3) ปัจจัยทางด้านสังคม (Social Factors) เช่น การเติบโตของอัตราประชากรที่เพิ่มขึ้น และมีแนวโน้มในการอพยพเข้ามาสู่สังคมเมือง 4) ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี

(Technological Factors) เช่น อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์เคลื่อนที่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสถานีเคเบิลทีวีท้องถิ่น วิทยุ และโทรทัศน์ และ 5) ปัจจัยทางนิเวศวิทยา (Ecological Analysis) เช่น สภาพแวดล้อมและสภาวะอากาศที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ในการดำเนินการธุรกิจจะต้องมีการออกแบบระบบการบริหารจัดการให้เหมาะสมต่อสภาพแวดล้อม เป็นต้น

จากการศึกษาของ Ghosh, Liang, Meng and Chan (2001) ได้ข้อสรุปถึงตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจในประเทศสิงคโปร์ ประกอบไปด้วย 1) การรักษาคำพูด การให้การสนับสนุน และระบบการจัดการที่ดี 2) ความเป็นผู้นำ 3) การปรับปรุงไปสู่กลยุทธ์ที่ถูกต้อง 4) ความสามารถในการจำแนกและแยกแยะทางการตลาด 5) การพัฒนาความสามารถอย่างยั่งยืน และ 6) ความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า

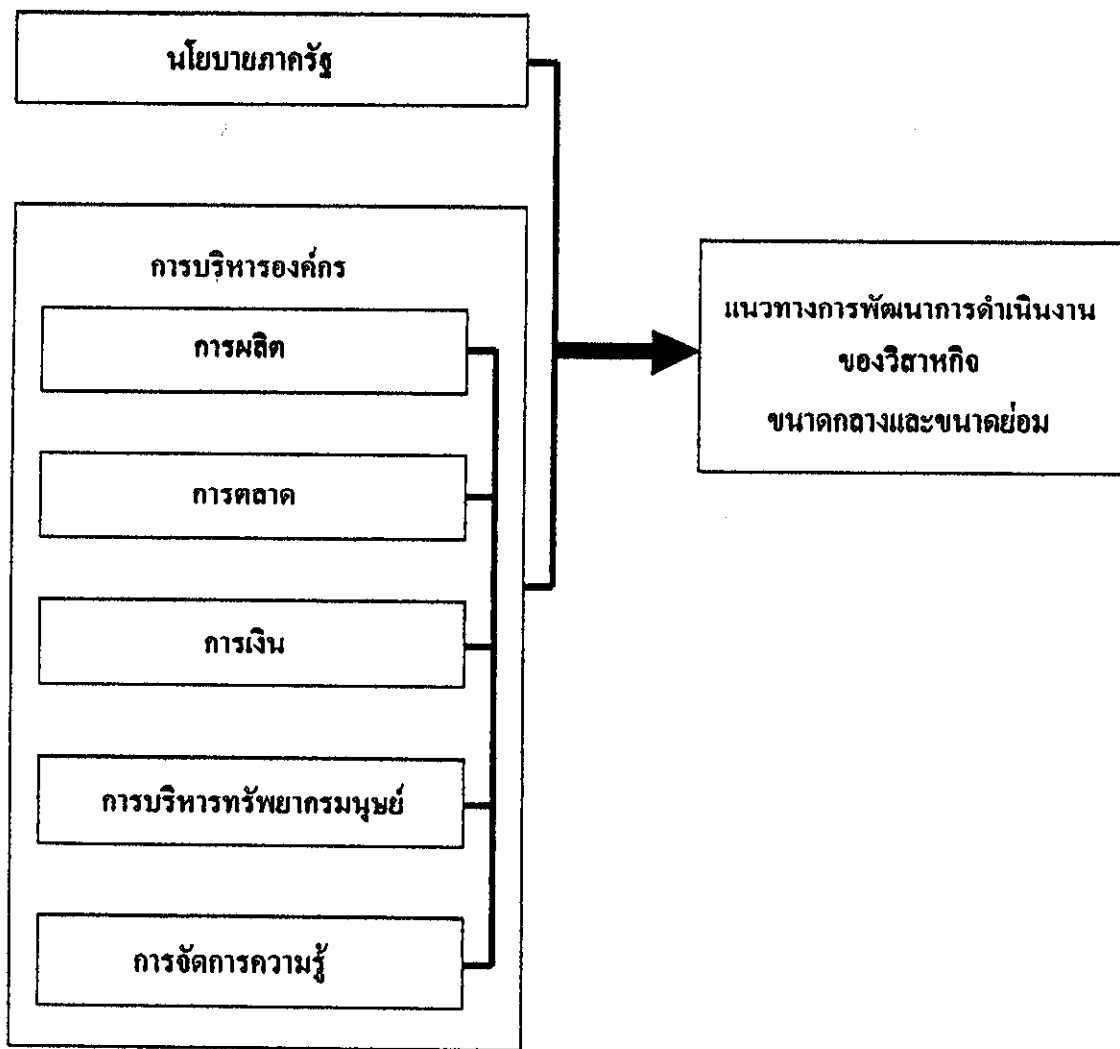
Promsaka Na Sakolnakorn, et al. (2009) ได้ศึกษาปัญหาของวิสาหกิจสิ่งทอในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแรงงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งต่อผู้ประกอบการ นอกจากนี้ ประเด็นทางการเงิน เช่น การไม่ได้รับความเชื่อถือจากสถาบันการเงิน ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าสู่แหล่งเงินทุนได้ เป็นต้น

ส่วนการศึกษาของ Promsaka Na Sakolnakorn, et al. (2010) พบว่า การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ผันตัวเองมาเป็นผู้รับช่วงผลิต (Subcontracting) จากอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจ มีสถานะภาพทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และยังทำให้เกิดการจ้างแรงงานในพื้นที่มากขึ้น ซึ่งก็จะส่งผลต่อภาพรวมของเศรษฐกิจในท้องถิ่นด้วยเช่นกัน

Purateera, et al. (2009) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการวิสาหกิจขนาดย่อม ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการประกอบไปด้วย 1) ความรู้และทักษะของผู้ประกอบการ 2) ความสามารถของผู้ประกอบการ 3) เทคโนโลยีที่ใช้ 4) ทักษะคิดของผู้ประกอบการ 5) แรงจูงใจในการประกอบการ 6) แหล่งเงินทุน และ 7) ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ

6. กรอบแนวคิด

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) ในการวิจัย เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และเพื่อหาแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษารังนี้ มีการดำเนินการวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis) ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความชำนาญด้านการบริหารธุรกิจ การบริหาร การพัฒนา และวิสาหกิจ จำนวน 5 ท่าน โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย และ 2) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีระเบียบวิธีวิจัย ดังต่อไปนี้

1) การศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 30 แห่ง ในภาคการผลิต ภาคการค้าส่ง ภาคการค้าปลีก และภาคบริการ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ในระหว่างเดือนกันยายน พ.ศ. 2552 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 โดยรายละเอียดของผู้ประกอบการวิสาหกิจแสดงในภาคผนวก ก.

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์ เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรค ของการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

2) การศึกษาเพื่อหาแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน (ประวัติแสดงในภาคผนวก ข.) ที่มีความรู้และความชำนาญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์กร การบริหารการพัฒนา และการจัดการวิสาหกิจ มาร่วมอภิปรายและแสดงความคิดเห็นเพื่อหาแนว ทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาค ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีรายชื่อดังต่อไปนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีย์ นัยพินิจ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรวัตร ภูระธีรานรงค์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
3. อาจารย์ ดร.ฉลองชัย ม่าน โคกสูง
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติสกลนคร
4. อาจารย์ ดร.วีระกุล ชายผา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
5. คุณสมเกียรติ ทวีจักษ์
ผู้บริหารตลาดประตุน้ำขอนแก่น และ โรงแรมประตุน้ำ จังหวัดขอนแก่น

โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้ร่วมกันอภิปรายเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีการจัดประชุมกลุ่มสนทนาในเวลา 13.00 ถึง 16.00 นาฬิกา วันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2553 โดยสถานที่ในการจัดประชุมคือ โรงแรมประตุน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยมีวิธีการดำเนินการสนทนากลุ่มดังต่อไปนี้

1. ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
2. จากผลการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้อภิปรายถึงแนวทางการแก้ปัญหาและทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. สรุปผลการอภิปราย และเขียนกรอบแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยผลการศึกษาอยู่ในบทที่ 4

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้จัดประเภทของอุตสาหกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามที่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2549) โดยแบ่งวิสาหกิจออกเป็น 4 ประเภทคือ 1) ภาคอุตสาหกรรมการผลิต (Manufacturing Sector) โดยสำหรับวิสาหกิจขนาดเล็กในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จะต้องมีคนงานไม่เกิน 50 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางในภาคอุตสาหกรรมการผลิต จะต้องมีคนงานตั้งแต่ 51-200 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 200 ล้านบาท 2) ภาควิสาหกิจการค้าส่ง (Wholesale Sector) สำหรับวิสาหกิจขนาดเล็กในภาคการค้าส่ง จะต้องมีคนงานไม่เกิน 25 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางในการค้าส่ง จะต้องมีคนงานตั้งแต่ 26-50 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 100 ล้านบาท 3) ภาควิสาหกิจการค้าปลีก (Retail Sector) สำหรับวิสาหกิจขนาดเล็กในภาคการค้าปลีก จะต้องมีคนงานไม่เกิน 15 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 30 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางในการค้าปลีก จะต้องมีคนงานตั้งแต่ 16-30 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 60 ล้านบาท และ 4) ภาควิสาหกิจบริการ (Service Sector) สำหรับวิสาหกิจขนาดเล็กในภาคบริการ จะต้องมีคนงานไม่เกิน 50 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางในภาคบริการ จะต้องมีคนงานตั้งแต่ 51-200 คนและมีทรัพย์สินไม่รวมที่ดินมีมูลค่าตั้งแต่ 51 ล้านบาทแต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท โดยมีผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. การศึกษาด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
3. แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีสาระดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิต

อุตสาหกรรมเย็บสิ่งทอและตัดเย็บเสื้อผ้า เป็นอุตสาหกรรมการผลิตที่มีโรงงานกระจายอยู่ทั่วไปในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มอุตสาหกรรมเย็บเสื้อผ้าที่บ้าน โนน

โพธิ์ อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งอุตสาหกรรมนี้ มีเงินลงทุนเบื้องต้น 100,000 บาท และจนถึงปัจจุบันมีสินทรัพย์ประมาณ 500,000 บาท และมีคนงานทำงานในโรงงานทั้งสิ้น 14 คน โดยจะเย็บทั้งเสื้อแขนสั้นและเสื้อแขนยาว โดยจะเป็นผู้ไปซื้อหาวัตถุดิบมาเอง โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานเกิดจาก 1) การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง เช่น ผู้ประกอบการบางราย ใช้วิธีการลดราคาสินค้าลงเพื่อให้ราคาถูกลงกว่าผู้ประกอบการรายอื่นๆ จนทำให้ผู้ประกอบการทั้งหมดต้องลดราคาตามลงมา ทำให้กำไรมีน้อย ในขณะที่ยอดขายยังคงเท่าเดิม 2) การขาดความรู้ความเข้าใจในระบบการตลาด ทำให้ผู้ประกอบการทำธุรกิจจากประสบการณ์ของตนเอง และใช้วิธีการเดิมๆ ที่ได้รับการสั่งสมมา 3) การบริหารด้านการเงิน เช่น การให้สินเชื่อแก่ลูกค้า ยังคงเป็นลักษณะดั้งเดิมคือ ใช้ความไว้วางใจกัน โดยขาดหลักฐานทางเอกสาร ทำให้ในบางกรณีมีปัญหาเรื่องการค้างชำระหนี้ ซึ่งไม่สามารถติดตามทวงคืนได้ และ 4) การขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง และไม่มีความต้องการ

วิสาหกิจชุมชนขนาดย่อมรับจ้างผลิตเสื้อคอกระเช้า ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมรับช่วงการผลิตตั้งอยู่ที่บ้านคงพิบูล ตำบลพระเจ้า กิ่งอำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นผู้รับช่วงการผลิตเสื้อคอกระเช้าจากโรงงานในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และนำมาผลิตในครัวเรือนเป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อมโดยใช้แรงงานในครอบครัวและญาติพี่น้อง ปัจจุบันมีคนทำงานในอุตสาหกรรม 14 คน จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่า 1) การที่เป็นผู้รับช่วงผลิต ทำให้ไม่มีผลิตภัณฑ์เป็นของตนเอง ซึ่งถ้าเมื่อไหร่ที่โรงงานผู้ส่งต่อผลิตในกรุงเทพฯ ไม่ส่งงานให้ ทางวิสาหกิจชุมชนก็จะไม่มีงานทำ และ 2) การขาดองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการต่อยอดทางความคิดของผู้ประกอบการ

วิสาหกิจที่น่าสนใจอีกแห่งคือ อุตสาหกรรมผลิตผ้าใบกันแดด บ้านโนนบ่อ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดขอนแก่น เป็นวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม ที่มีกระจายอยู่ทั่วไปในเขตหมู่บ้านโนนบ่อ โดยมีผู้ประกอบการทั้งสิ้นประมาณ 200 ราย ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบประเด็นที่น่าสนใจคือ 1) คู่แข่งขันในปัจจุบันมีมากขึ้น โดยเฉพาะในหมู่บ้านโนนบ่อ มีผู้ประกอบการมากกว่า 200 ราย อีกทั้ง ยังมีผู้ประกอบการรายใหม่จากหมู่บ้านใกล้เคียงที่ได้หันมาดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดียวกันเป็นจำนวนมากขึ้น 2) เนื่องด้วยการขายผ้าใบกันแดด เป็นการใช้วิธีขนสินค้าออกไปเร่ขายยังพื้นที่ต่างๆ ทำให้มีต้นทุนทางด้านค่าขนส่ง โดยเฉพาะค่าน้ำมันที่ปรับตัวและผันผวนตามราคาตลาดโลก ซึ่งส่งผลกระทบต่อต้นทุนสินค้า ในขณะที่ราคาขายสินค้าไม่สามารถปรับตัวขึ้นได้ ทำให้กำไรลดลง 3) สินค้าในประเภทเดียวกันและหรือทดแทนกันได้ที่เพิ่มมากขึ้นในท้องตลาด ที่มีการออกแบบและรูปลักษณ์ที่ดีกว่า เป็นอุปสรรคต่อสินค้าของผู้ประกอบการ และ 4) การขาดองค์

ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการ เช่น การตลาด การบริหารการเงิน และการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น

วิสาหกิจถัดมา คือ ผู้ประกอบการผลิตเสื้อโปโล ตั้งอยู่อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง มีแรงงานประมาณ 60 คน โดยเจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วนใหญ่เป็นคนจีน ซึ่งมาลงทุนตั้งโรงงานขนาดกลางเพื่อเป็นผู้รับช่วงผลิตเสื้อผ้าจากผู้ว่าจ้างในประเทศจีนเพื่อการส่งออก จากการสัมภาษณ์หัวหน้างานโรงงานซึ่งเป็นคนไทย พบว่าเนื่องจากเป็นโรงงานรับช่วงการผลิต จึงไม่มีปัญหาเรื่องการต้องทำการตลาด หรือเรื่องคำสั่งผลิต แต่ปัญหาที่พบคือ (1) แรงงานไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ เพราะแรงงานในพื้นที่ต่างก็ไปทำงานในเขตจังหวัดกรุงเทพฯและปริมณฑลเป็นหลัก ทำให้แรงงานในพื้นที่ที่มีจำนวนไม่เพียงพอ (2) แรงงานในพื้นที่ขาดแคลนโดยเฉพาะในวัยหนุ่มสาว ทำให้ผู้ที่เข้ามาทำงานเป็นผู้สูงอายุเป็นหลัก และ 3) แรงงานที่ไม่เพียงพอและมีการหยุดงานในช่วงฤดูกาลทางการเกษตรทำให้โรงงานมีปัญหามากในช่วงเวลาดังกล่าว

อันดับต่อมาคือ วิสาหกิจผลิตเครื่องหนัง เช่น กระเป๋า เข็มขัด ตั้งอยู่ที่ อำเภอภูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ โดยวิสาหกิจนี้ เกิดจากการรวมตัวกันของสมาชิกในชุมชน และมาจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน โดยจัดอยู่ในวิสาหกิจขนาดย่อม จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีปัญหา 1) ด้านการตลาด เช่น การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย วิธีการนำสินค้าออกไปสู่ตลาดผู้บริโภค การทำประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค 2) การสนับสนุนจากภาครัฐไม่มีความต่อเนื่อง และ 3) องค์กรความรู้ด้านการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อินเทอร์เน็ต เพื่อการบริหารงานด้านต่างๆ เป็นต้น

ต่อมาคือ อุตสาหกรรมผลิตเครื่องเรือน ตั้งอยู่ที่อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง มีคนงานประมาณ 90 คน จากการศึกษพบว่า 1) นโยบายและกฎหมายของภาครัฐเป็นอุปสรรคต่ออุตสาหกรรม เช่น ไม่มีการปรับปรุงระเบียบและกฎเกณฑ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ในเรื่องของการนำเข้าวัตถุดิบเพื่อการผลิต 2) ปัญหาด้านการบริหารจัดการเช่นการผลิตเนื่องด้วยต้องใช้เงินลงทุนสูงในเรื่องเครื่องจักรและอุปกรณ์ ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาการผลิต เช่น คุณภาพ มาตรฐาน และต้นทุนได้ และ 3) การเงิน การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินค่อนข้างยุ่งยาก แม้นโยบายภาครัฐจะประกาศสนับสนุนสินเชื่อ แต่ตามความเป็นจริงนั้นยุ่งยากมากในระเบียบ วิธีการ ขั้นตอน และระบบการพิจารณาสินเชื่อของสถาบันการเงิน

วิสาหกิจดอกไม้ประดิษฐ์ ตั้งอยู่ที่ ตำบลนุ่งคำ อำเภอเสิงสาง จังหวัดชัยภูมิ เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกได้ข้อมูลดังต่อไปนี้ 1) ภาครัฐไม่สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง 2) ช่องทางการจัดจำหน่ายมีจำกัด และผู้ประกอบการขาดองค์ความรู้ด้านการตลาด 3) คู่แข่งที่ผลิต

สินค้าเดียวกันมีจำนวนมาก และ 4) ข้อจำกัดทางด้านเงินทุน ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ ขยายการค้าในธุรกิจในด้านต่างๆ ได้ ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ได้

ผู้ประกอบการรายสุดท้ายในภาคการผลิตที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาคือ ผู้ผลิตน้ำตาล ตั้งอยู่ใน เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม มีแรงงานจำนวน 32 คน จากการ สัมภาษณ์พบว่า 1) คู่แข่งขันในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ผลิตจากวิสาหกิจชุมชน และจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ 2) เนื่องด้วยเป็นธุรกิจที่ต้องผลิตและขนส่ง ทำให้ต้นทุนจึงไปเกี่ยวพัน กับราคาค่าน้ำมัน ซึ่งถ้าค่าน้ำมันสูงขึ้น ก็จะทำให้ต้นทุนการผลิตเพิ่มมากขึ้น 3) การขยายกิจการและ พัฒนากิจการค่อนข้างไปได้ช้า เนื่องด้วยขาดเงินลงทุน และขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และ 4) อัตราการเข้า-ออก ของแรงงานมีสูง โดยเฉพาะฤดู ทางการเกษตร ทำให้ส่งผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจ

1.2 วิสาหกิจการค้าส่ง

วิสาหกิจการค้าส่งที่ดำเนินการสัมภาษณ์แห่งแรกเป็นร้านขายเสื้อผ้า ในวิสาหกิจขนาดย่อม มีแรงงานประมาณ 6 คน ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี จากการสัมภาษณ์พบว่า อุปสรรค ที่สำคัญของการประกอบธุรกิจคือ 1) ตั้งแต่มีเหตุการณ์การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา พบว่ายอดขายตกต่ำลง เนื่องด้วยระบบเศรษฐกิจไม่ดี คนไม่ใช้จ่าย อาจจะเป็นด้วย เหตุผลที่รัฐบาลมีปัญหาทางการเมืองมาก จนมีเวลาแก้ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศน้อย 2) การ เกิดขึ้นของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพราะคนหัน ไปนิยมซื้อเสื้อผ้า ราคาถูกจากห้างค้าปลีกเหล่านั้นแทน และ 3) รัฐบาลไม่มีนโยบายปกป้องผู้ประกอบการท้องถิ่น แต่ กลับให้การสนับสนุนทางนโยบายแก่ธุรกิจข้ามชาติ

ถัดมา คือผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจจำหน่ายเสื้อผ้าและอุปกรณ์เดินป่าลาซททาร์ โดย ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ 1) มีสินค้าราคาถูกจาก ประเทศจีนเข้ามาขายจำนวนมาก ทำให้เป็นสินค้าคู่แข่งที่มากแล้วเพราะราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตใน ประเทศไทย และ 2) ค่าเช่าพื้นที่ในทำเลที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมีราคาสูงมาก ทำให้กำไรจากการ ขายสินค้านี้ไม่มากนัก ซึ่งปัจจุบันสินค้าประเภทเสื้อผ้าก็มีกำไรต่อชิ้นต่ำอยู่แล้ว

วิสาหกิจถัดมาคือ ผู้ประกอบการค้าปลีกจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ตั้งอยู่ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ มีพนักงานและลูกจ้างจำนวน 18 คน จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่า 1) การเข้ามาของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ที่ขายสินค้าเน้นราคาถูก ได้ส่งผลกระทบต่อ ธุรกิจ เพราะตั้งแต่มีห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ เข้ามาดำเนินธุรกิจในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงทำให้ ยอดขายลดลงเป็นอย่างมาก จนมีผู้ประกอบการหลายรายในพื้นที่ต้องล้มเลิกกิจการ ไป 2) นโยบาย

ภาครัฐที่ไม่ปกป้องธุรกิจท้องถิ่น แต่กลับเอื้อประโยชน์ให้แก่ธุรกิจข้ามชาติ และ 3) ระบบกฎหมายที่ไม่ทันสมัยทำให้เกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจต่างชาติในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์ผู้ค้าส่งเสื้อผ้า ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม มีคนงาน 5 คน ตั้งอยู่อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น พบว่า 1) คู่แข่งขันมีมาก และขายสินค้าประเภทเดียวกัน 2) ราคานิยมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ค้าต้องปรับตัวอยู่เสมอ และ 3) ด้วยการแข่งขันที่สะกดมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าคราวละมากๆ เปลี่ยนสถานที่ซื้อสินค้าไปยังกรุงเทพฯ กันมากขึ้น

ถัดมาคือผู้ประกอบการค้าส่ง หมอนอิง หมอนหนุน ผ้าผืน และผ้าปูเตียง เป็นต้น ตั้งอยู่ที่ตำบลหนองตอกเป็น อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์ ปัจจุบันมีแรงงานประมาณ 15 คน จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่า 1) ยอดขายสินค้ามีความสัมพันธ์โดยตรงกับสถานะทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งถ้าระบบเศรษฐกิจไม่ดี ก็จะส่งผลโดยตรงต่อยอดขายสินค้าที่ตกลง 2) การขยายตลาดโดยเฉพาะตลาดต่างประเทศ ผู้ประกอบการไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างค้ำมือเนื่อง ทำให้ไม่สามารถขยายตลาดได้เท่าที่ควร ทั้งที่มีความต้องการสินค้าในต่างประเทศมาก 3) แรงงานในหมู่บ้านที่ผลิตสินค้า เริ่มลดน้อยลงด้วยแรงงานย้ายเข้าไปสู่ภาคอุตสาหกรรมโดยเฉพาะวัยหนุ่มสาว ทำให้ขาดการสืบทอดความรู้ทางการผลิต และ 4) การจัดการต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบการผลิตสูงขึ้น แต่ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับราคาขายสินค้าให้สูงขึ้นได้

ต่อมาคือ ผู้ประกอบการค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค นำเข้าจากต่างประเทศโดยเฉพาะจากประเทศจีน และประเทศเวียดนาม ตั้งอยู่เขตอำเภอเมือง จังหวัดนุกดาหาร จากการศึกษาพบว่า 1) ด้วยสถานะปัญหาเศรษฐกิจ ทำให้ยอดขายลดลง 2) จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ซึ่งผู้ประกอบการคิดว่า อาจเกิดจากปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมือง และสถานะเศรษฐกิจของประเทศ และ 3) คู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกันที่มีจำนวนมาก ทั้งที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่เดียวกัน และที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่อื่นๆ ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจสูง

และสุดท้ายคือ ผู้ประกอบการค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม มีลูกจ้างจำนวน 12 คน จากการศึกษาพบว่า 1) ได้รับผลกระทบจากการเติบโตของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ 2) ผู้ประกอบการไม่มีความรู้ทางการบริหารจัดการ 3) ขาดแหล่งเงินทุนในการพัฒนากิจการ และ 4) ขาดแรงจูงใจในการพัฒนากิจการ

1.3 วิสาหกิจค้าปลีก

วิสาหกิจค้าปลีกที่ผู้วิจัยสนใจศึกษา คือ วิสาหกิจขนาดย่อม จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง โดยปัจจุบันมีคนงานจำนวน 23 คน ตั้งอยู่ในเขตตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการพบประเด็นที่น่าสนใจคือ 1) แรงงานหายาก อัตราการลาออกและกลับเข้ามาทำงานใหม่สูง (Turnover Rate) โดยเฉพาะในช่วงฤดูทางการเกษตร 2) สินค้าประเภทวัสดุ

ก่อสร้างมักจะขึ้นอยู่กับสถานะทางเศรษฐกิจและการลงทุนทั้งของภาคเอกชนและภาครัฐ และ

3) การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินค่อนข้างยุ่งยากและมีขั้นตอนมาก แม้รัฐบาลจะมีนโยบายสนับสนุน แต่ในภาคปฏิบัติแล้วกระบวนการขอสินเชื่อและการพิจารณายุ่งยากและมีขั้นตอนมาก

ร้านขายเสื้อผ้าวัยรุ่น ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นธุรกิจครอบครัว จากการสัมภาษณ์เจ้าของกิจการพบว่า ปัจจุบันทางร้านมี 2 สาขา ส่วนปัญหาและอุปสรรคที่พบคือ 1) คู่แข่งจำนวนมาก 2) สินค้าเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยม 3) กำไรต่อชิ้นน้อย 4) ทำเลที่ตั้งร้านค้าในบริเวณที่มีผู้บริโภครู้จักจะมีราคาเช่าสูง และ 5) ปัญหาจากเจ้าหน้าที่ของรัฐที่มักจะมาหาประโยชน์จากผู้ประกอบการร้านค้าในเรื่องของลิขสิทธิ์เพลง ทั้งที่ผู้ประกอบการซื้อแผ่นลิขสิทธิ์มาเปิดฟังในร้าน ก็ยังโดนเจ้าหน้าที่ของรัฐเข้ามาหาผลประโยชน์โดยทุจริต

ร้านขายเสื้อผ้าวัยรุ่น ตั้งอยู่ตลาดโบ๊เบ๊ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ก็พบปัญหาเรื่องการมีคู่แข่งจำนวนมากในธุรกิจเดียวกัน ค่าเช่าในทำเลที่ตั้งที่ดีมีราคาสูง วัสดุที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของผู้บริโภค และกำไรต่อชิ้นน้อย ซึ่งคล้ายกับกรณีศึกษาที่ร้านค้าปลีกเสื้อผ้าในเขตจังหวัดขอนแก่น นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ประกอบการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาธุรกิจ และไม่ได้รับความช่วยเหลือใดๆจากหน่วยงานภาครัฐ

วิสาหกิจถัดมา เป็นร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ด ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ จากการศึกษาคพบประเด็นปัญหาคือ 1) การเกิดขึ้นของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อร้านค้า 2) ผู้ประกอบการไม่มีองค์ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการร้านค้า 3) การเติบโตของร้านค้าปลีกจากผู้ประกอบการรายใหญ่ เช่น ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และ 4) การขาดแหล่งทุนเพื่อนำมาพัฒนากิจการ

วิสาหกิจถัดมาเป็นผู้ประกอบการจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาพบประเด็นที่น่าสนใจคือ 1) มีจำนวนผู้ประกอบการมากมาย ทำให้มีคู่แข่งจำนวนมาก 2) สินค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสินค้าที่มาจากผู้ผลิตมีการเปลี่ยนรูปแบบบ่อยมาก 3) ต้องใช้เงินลงทุนมาก ทำให้ไม่สามารถแข่งขันเรื่องต้นทุนสินค้ากับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้ 4) ทำเลที่ตั้งที่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมีราคาสูง 5) การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินเพื่อขยายกิจการมีขั้นตอนและการพิจารณาค่อนข้างยุ่งยาก และ 6) แรงงานมีฝีมือหายาก และแรงงานมีอัตราการเข้า-ออก จากงานสูง

ต่อมาคือ วิสาหกิจร้านค้าอุปกรณ์และเครื่องมือทางการเกษตร ตั้งอยู่เขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม มีลูกจ้างจำนวน 6 คน จากการศึกษาแบบเจาะลึกพบว่า 1) เนื่องด้วยเป็นการขายสินค้าให้กับเกษตรกร ดังนั้นอุปกรณ์ทางการเกษตรที่เกษตรกรซื้อ จึงขึ้นอยู่กับสถานะทางเศรษฐกิจและราคาสินค้าทางการเกษตร 2) ด้านนโยบายภาครัฐมีการสนับสนุนเกษตรกร

มาก ร้านค้าเครื่องมือเกษตรก็จะมียอดขายเพิ่มขึ้น 3) ลูกจ้างมักจะขาดงานบ่อยๆ โดยเฉพาะในฤดูกาลทางการเกษตร ทำให้จะมีปัญหาเรื่องอัตราการเข้า-ออก ของแรงงานสูง และ 4) จากนโยบายการค้าเสรีทำให้มีสินค้าคู่แข่งที่เข้ามาจากประเทศจีนเพิ่มมากขึ้นและราคาถูกกว่า ทำให้สินค้าที่ผลิตในประเทศไทยขายยากขึ้นเพราะมีราคาสูง

วิสาหกิจร้านค้าปลีกในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์ เป็นวิสาหกิจครอบครัว ประกอบกิจการขายสินค้าอุปโภคบริโภค จากการศึกษาพบว่า 1) ผู้ประกอบการไม่มีองค์ความรู้ในการจัดการธุรกิจทำให้ไม่สามารถพัฒนาธุรกิจให้แข่งขันกับร้านค้าแบบสมัยใหม่ได้ 2) การขาดเงินทุนในการปรับปรุงกิจการ และความยุ่งยากจากการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน และ 3) ต้นทุนสินค้าที่มีราคาแพงกว่าร้านค้าขนาดใหญ่ ทำให้ลูกค้าบางส่วนจากอดีตที่ผ่านมาหันไปใช้บริการห้างค้าปลีก

วิสาหกิจค้าปลีกรายสุดท้ายที่ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก ตั้งอยู่เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น จากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินธุรกิจพบประเด็นที่น่าสนใจคือ 1) คู่แข่งขันในปัจจุบันมีมาก ทำให้ต้องขายสินค้าในราคาต่ำ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ 2) วิสาหกิจขนาดเล็ก ไม่ค่อยได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงิน ในเรื่องการพิจารณาอนุมัติเรื่องสินเชื่อ และ 3) เสียบเปรียบทางด้านต้นทุนสินค้า เมื่อเทียบกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่

1.4 วิสาหกิจบริการ

วิสาหกิจบริการเป็นวิสาหกิจที่มีอยู่ทั่วไปในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนวดแผนไทย ซึ่งตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งปัจจุบันมีหมอนวดแผนไทยทำงานอยู่ 7 คน ถือเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม พบว่า 1) ค่าเช่าพื้นที่ในทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมจะมีราคาแพง 2) หมอนวดแผนไทยที่มีทักษะดีหายาก และมักจะอยู่ไม่นาน อัตราการเข้า-ออกจากงานจึงสูง 3) คู่แข่งในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น 4) ขาดแหล่งเงินทุนในการพัฒนากิจการ เช่น สำหรับการตกแต่งสถานที่ และอุปกรณ์เสริมต่างๆ และ 5) ผู้ประกอบการใช้วิธีการบริหารงานโดยใช้ประสบการณ์ของตนเองที่ได้รับ ทำให้เป็นข้อจำกัดอย่างหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจ

ส่วนผู้ประกอบการนวดแผนไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ปัจจุบันมีลูกจ้างหรือหมอนวดแผนไทย จำนวน 5 คน จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกพบว่า 1) หมอนวดแผนไทยที่มีทักษะดีหายาก และอัตราการเข้า-ออกจากงานสูง 2) คู่แข่งขันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะคู่แข่งที่มีเงินลงทุนสูง 3) การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินค่อนข้างยาก และไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และ 4) ค่าเช่าสถานที่ค่อนข้างแพง โดยเฉพาะในทำเลที่ตั้งที่ดี

วิสาหกิจถัดมาคือ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวและขายตัวเครื่องบิน ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม มีพนักงานจำนวน 5 คน จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการ

พบว่า 1) นโยบายภาครัฐ โดยเฉพาะ นโยบายด้านต่างประเทศ ทำให้จำนวนผู้มาใช้บริการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปประเทศกัมพูชาผ่านทางจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์ลดลง 2) สภาวะเศรษฐกิจทำให้คนใช้จ่ายเงินน้อยลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจท่องเที่ยวโดยตรง 3) ธุรกิจท่องเที่ยวมักจะขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินค่อนข้างยาก และ 4) ผู้ประกอบการธุรกิจรายเล็ก โดยเฉพาะในวิสาหกิจขนาดย่อม มักจะไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

ร้านเกมส์ หรือ ร้านอินเทอร์เน็ต เป็นวิสาหกิจที่มีกระจายอยู่ทั่วไปในทุกพื้นที่ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาร้านอินเทอร์เน็ตที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยเป็นธุรกิจขนาดย่อม หรือ อาจจะกล่าวได้ว่าเป็นธุรกิจครอบครัว เพราะใช้แรงงานของสมาชิกในครอบครัวเป็นหลัก จากการศึกษาพบว่า 1) คู่แข่งมาก เพราะเป็นธุรกิจที่สามารถเปิดดำเนินการได้ไม่ยากนัก 2) ปัญหาจากกฎหมาย และการควบคุมของรัฐ รวมไปถึงเรื่องลิขสิทธิ์ 3) การลงทุนค่อนข้างสูง เพราะต้องมีการพัฒนาอุปกรณ์ และพัฒนากิจการตลอดเวลา และ 4) ค่าใช้จ่ายหลังเปิดดำเนินการหลายอย่างมากเกินไป เช่น ใบอนุญาตของร้านต้องขอจากหลายหน่วยงาน ทั้งจาก กระทรวงพาณิชย์ เทศบาลท้องถิ่น และ คำภาษี เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีปัญหาเรื่องการเรียกเก็บเงินจากเจ้าหน้าที่ของรัฐด้วยเช่นกัน

ผู้ประกอบการร้านอินเทอร์เน็ต ที่ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ก็พบปัญหาเช่นกันกับผู้ประกอบการที่จังหวัดขอนแก่น พบว่า 1) คู่แข่งเยอะมากจนในปัจจุบันเหลือกำไรน้อยมากเมื่อเทียบกับการลงทุน เพราะผู้ประกอบการนี้ ใช้กลยุทธ์ในการลดราคาเพื่อเรียกลูกค้า ทำให้ผู้ประกอบการอื่นๆ ต้องลดราคาลงมาตาม จนแทบจะไม่เหลือกำไร 2) ปัญหาการเรียกเก็บค่าลิขสิทธิ์จากหน่วยงานรัฐและบริษัทผู้ผลิตเกมส์ และ 3) เป็นธุรกิจที่ต้องใช้เงินลงทุนอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนทางธุรกิจจากรัฐ หรือสถาบันการเงิน

วิสาหกิจถัดมาคือ ผู้ประกอบการร้านอาหารจีนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยอยู่ในกลุ่มวิสาหกิจขนาดย่อม มีลูกจ้างจำนวน 5 คน จากการศึกษาพบว่า 1) ค่าเช่าพื้นที่ในทำเลที่เหมาะสมมีราคาสูง และผู้ให้เช่ามักจะขึ้นค่าเช่าในทุกๆปี และ 2) อัตราการเข้า-ออกของลูกจ้างมีบ่อยๆ และลูกจ้างที่เป็นคนไทยหายาก ทำให้ในช่วงที่แรงงานไม่เพียงพอที่จะเกิดปัญหาในการทำงานของทางร้าน

ผู้ประกอบการร้านรับจ้างซักรีดเสื้อผ้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม มีลูกจ้างจำนวน 7 คน จากการศึกษาพบว่า 1) ธุรกิจของร้านซักรีดพบปัญหาบ้างในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ เพราะจำนวนลูกค้าจะลดลง 2) ลูกจ้างหายาก อัตราการเข้า-ออกจากงานสูง 3) ไม่ค่อยจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และ 4) การขอสินเชื่อจากสถาบันการเงินค่อนข้างยาก

2. วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการศึกษาคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้รวบรวมมา มาสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาและอุปสรรค ของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดังต่อไปนี้

2.1 นโยบายภาครัฐและการสนับสนุน

Hall and Jenkins (1995) อภิปรายว่า นโยบายภาครัฐ สามารถสื่อความหมายได้ถึงกิจกรรมต่างๆของรัฐที่ให้ความสำคัญในเรื่อง กิจกรรมทางเศรษฐกิจ บรรทัดฐานทางสังคม วัฒนธรรมและโครงสร้างทางการเมือง ลักษณะทางสังคม และการวางแผนภาครัฐ จากการศึกษาของผู้วิจัย พบว่าผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยส่วนใหญ่ ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ขาดความต่อเนื่องของนโยบายและการปฏิบัติ รวมไปถึงกฎระเบียบต่างๆของภาครัฐมักจะ ไม่เอื้ออำนวยต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่มักจะไปเอื้อประโยชน์แก่วิสาหกิจขนาดใหญ่หรือธุรกิจข้ามชาติ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐควรจะหันมาให้ความสนใจอย่างจริงจัง เช่น รัฐควรช่วยเหลือเรื่องการออกระเบียบปฏิบัติสำหรับการให้สินเชื่อของสถาบันการเงินในกำกับของรัฐ เพื่อสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้รัฐควรมีศูนย์ให้คำปรึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลและขอความรู้ได้ง่าย นอกจากนี้ ภาครัฐควรจะใช้กฎหมายผังเมืองเพื่อควบคุมการเกิดขึ้นของกิจการและวิสาหกิจใหม่ๆ ไม่ให้เกิดขึ้นอย่างไร้ทิศทางและมากเกินไปจนเกิดการแข่งขันจนสินค้าประเภทนั้นมากเกินความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภค

2.2 การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมค่อนข้างยาก เนื่องจากข้อจำกัดหลายๆประการ เช่น ไม่มีระบบบริหารจัดการที่ทันสมัยและเป็นสากล การไม่มีระบบบัญชีที่น่าเชื่อถือ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินทุนนอกระบบ ซึ่งส่งผลให้ต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง และยังคงส่งผลให้ไม่สามารถลงทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น การปรับปรุงด้านเทคโนโลยีการผลิต ระบบสารสนเทศ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับวิสาหกิจขนาดใหญ่หรือวิสาหกิจที่มีเงินทุนมากกว่าได้

2.3 ด้านองค์ความรู้

Gorman, Rosa, and Faseruk (2005) อธิบายว่า องค์ความรู้พื้นฐานทางด้านธุรกิจเป็นสิ่งที่มีความสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ ยกตัวอย่างเช่น บางสถานประกอบการขนาดใหญ่ได้พัฒนาศูนย์การฝึกอบรมหรือศูนย์การเรียนรู้ เพื่อฝึกอบรมพนักงานของตนเอง โดยจากการศึกษาผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มักจะบริหารธุรกิจ

โดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับมาจากการทำงานมาใช้ในการบริหารงาน รวมไปถึงไม่ค่อยได้รับการศึกษาเพิ่มเติมหรือฝึกอบรมในวิธีการบริหารจัดการธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพได้ นอกจากนี้ ยังจำกัดด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและจากเอกชนในเรื่องต่างๆ ซึ่งส่งผลให้การปรับตัวของวิสาหกิจเป็นไปได้ด้วยความเชื่องช้า ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบธุรกิจและสถานะเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

2.4 ด้านแรงงาน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต่างก็พบปัญหาแรงงานที่คล้ายคลึงกันคือ อัตราการเข้า-ออกจากงานสูง เมื่อแรงงานทำงานจนมีฝีมือและมีความชำนาญมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า นอกจากนี้ ในฤดูกาลทางการเกษตร แรงงานก็จะเคลื่อนย้ายกลับไปทำงานในภาคการเกษตรทำให้วิสาหกิจต่างๆขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูกาลทางการเกษตรด้วยเช่นกัน จึงทำให้คุณภาพของแรงงานไม่สม่ำเสมอและการพัฒนาไม่ต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพของสินค้า และการบริหารงาน นอกจากนี้ยังพบว่าแรงงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มักจะหยุดงานนานเกินกว่าวันหยุดตามประกาศของหน่วยงานภาครัฐ นอกจากนี้ งานแต่งงาน งานศพ งานประเพณีต่างๆ เช่น งานทำบุญเข้าพรรษาและทำบุญออกพรรษา งานทำบุญกฐิน งานทำบุญทอดผ้าป่า ก็ทำให้เกิดปัญหาแก่อุตสาหกรรมในด้านการวางแผนการผลิตเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับ Stearns, Reynolds, Carter และ Williams (1995) ที่อภิปรายว่า ความเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อมของธุรกิจที่เกิดขึ้น ไม่ได้จำกัดอยู่แค่สิ่งแวดล้อมทางกายภาพเท่านั้น แต่ความเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจอาจจะเกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมทางการเมืองและสิ่งแวดล้อมทางขนบธรรมเนียมประเพณีได้ด้วยเช่นกัน

2.5 ด้านการตลาด

วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารการตลาด และวิธีการบริหารจัดการด้านการตลาด ทำให้มักจะผลิตสินค้าหรือทำธุรกิจเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเฉพาะในท้องถิ่นของตนหรือเพียงตลาดในประเทศ โดยผู้ประกอบการส่วนมากยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้าทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

3) แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ในการศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจ การจัดการวิสาหกิจ และการบริหารการพัฒนา จำนวน 5 ท่าน (ประวิติ อยู่ในภาคผนวก ข.) มาร่วมกันอภิปรายเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยได้ข้อสรุปแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร และ 2) สิ่งแวดล้อมภายในองค์กรดังต่อไปนี้

3.1 สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร

สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร คือ การพัฒนาด้านที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุม และ/หรือ บริหารจัดการด้วยตัวผู้ประกอบการเองได้ เช่น นโยบายภาครัฐ นโยบายด้านการเงินของสถาบันการเงิน เป็นต้น โดยมีรัฐบาลควรจะมีแนวทางสนับสนุนดังต่อไปนี้

3.1.1 แนวทางการพัฒนาด้านนโยบายภาครัฐและการสนับสนุน

ในส่วนของการพัฒนาด้านนโยบายภาครัฐและการสนับสนุนนั้น จากการสนทนากลุ่มได้แนวทางว่า ภาครัฐจะต้องสนับสนุนนโยบายและปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินธุรกิจและแข่งขันได้ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน เช่นการให้ความรู้ในการบริหารจัดการด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง การส่งเจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีความรู้ความชำนาญเข้าไปเป็นที่ปรึกษา แนะนำ และให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ นอกจากนี้ รัฐบาลทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นควรจะออกกฎหมายหรือระเบียบเพื่อปกป้องวิสาหกิจท้องถิ่นหรือเพื่อสนับสนุนให้วิสาหกิจคนไทยสามารถอยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบันได้ โดยเฉพาะรัฐบาลที่ผ่านมามักเน้นไปในการสนับสนุนด้านการลงทุนจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) โดยมองว่านโยบายด้านนี้จะให้ประโยชน์แก่ระบบเศรษฐกิจและผู้ประกอบการในประเทศ ซึ่งเท่าที่ผ่านมานโยบายด้านนี้ยังไม่ส่งผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร จากการศึกษาของ Iman and Nagata (2005) ซึ่งได้ศึกษา นโยบายการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่ส่งผลต่อธุรกิจและอุตสาหกรรมในท้องถิ่น กรณีศึกษาประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ไม่ได้นำไปสู่ผลประโยชน์ของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมในท้องถิ่นมากนัก เช่น ธุรกิจต่างประเทศที่เข้ามาทำธุรกิจ ในอินโดนีเซียสามารถขายสินค้าและเข้าสู่ตลาดท้องถิ่นได้ แต่ขณะเดียวกันผู้ประกอบการท้องถิ่นก็พบเงื่อนไขทางการตลาดมากมายสำหรับตลาดต่างประเทศ

3.1.2 แนวทางในการพัฒนาด้านนโยบายการปล่อยสินเชื่อสำหรับวิสาหกิจ

รัฐบาลควรที่จะปรับปรุงแนวปฏิบัติสำหรับสถาบันการเงินภายใต้การกำกับของรัฐ ให้มีวิธีปฏิบัติที่สอดคล้องกับความเป็นจริงมิใช่รัฐบาลออกนโยบายมาแล้ว แต่ในทางปฏิบัติกลับไม่สามารถปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการได้ เนื่องจากมีเงื่อนไขและข้อกำหนดที่ยุ่งยากและมากเกินไป จนทำให้ผู้ประกอบการบางประเภทไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบ เพื่อนำมาขยายและพัฒนากิจการได้ ซึ่งในเรื่องของข้อจำกัดทางการเงินนั้น มิใช่แค่ SMEs ในประเทศไทยที่พบปัญหานี้ จากการศึกษาของ Owualah (2002) ซึ่งศึกษาการขี้นเงินของ SMEs จากสถาบันการเงินในประเทศญี่ปุ่น พบว่า SMEs ในประเทศญี่ปุ่น ก็พบกับข้อจำกัดมากมายในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เช่น การไม่อนุมัติสินเชื่อให้แก่ SMEs ในประเทศญี่ปุ่นถือเป็นเหตุการณ์ปกติ ด้วยขาดความไว้วางใจจากธนาคาร และธนาคารมักให้ความสนใจไปยังวิสาหกิจขนาดใหญ่มากกว่า ซึ่งในเรื่องของเงินทุนเพื่อการลงทุน Swenson (2005) ได้อธิบายว่า ปัจจัยด้านการเงินจะมีผลโดยตรงต่อต้นทุนของการลงทุนของธุรกิจ ซึ่งปริมาณของเงินที่นำมาลงทุนในธุรกิจก็เป็นเงื่อนไขหนึ่งสำหรับตัดสินใจในการลงทุนหรือขยายกิจการ ถ้าการไปลงทุนเพื่อประกอบธุรกิจต้องใช้เงินลงทุนมากเกินไปอาจจะเป็นอุปสรรคสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการเลิกล้มความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจหรือขยายกิจการต่อไปได้

3.2 สิ่งแวดล้อมภายในองค์กร

การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร คือการบริหารจัดการภายในองค์กร ที่ผู้ประกอบการสามารถพัฒนา ควบคุม และปรับปรุงได้ด้วยตนเอง ดังต่อไปนี้

3.2.1 การพัฒนาด้านระบบบัญชีและการเงินของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจที่ยังไม่ได้จดทะเบียน จะต้องจดทะเบียนการประกอบกิจการให้ถูกต้องกับหน่วยงานภาครัฐ จะต้องมีการเรียนรู้ในการทำระบบบัญชีที่เชื่อถือได้ มีการวางแผนทางการเงิน การทำธุรกรรมผ่านสถาบันการเงิน การศึกษาด้านการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์กรธุรกิจให้เข้าเงื่อนไขและได้รับความไว้วางใจจากสถาบันการเงิน ซึ่งจากการศึกษาของ De la Torre, A., et al. (2010) ที่ได้อธิบายความสัมพันธ์ของธนาคารกับ SMEs ในประเทศกำลังพัฒนา พบว่า SMEs เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่ธนาคารกำลังขยายธุรกิจสินเชื่อออกไปและให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ด้วยการกำหนดและข้อส่งเสริมและผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจต่อ SMEs ให้เข้ามาขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน ซึ่งกลุ่มผู้วิจัยไม่ได้ได้แย้งในเรื่องความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างสถาบันการเงินกับ SMEs แต่ผู้วิจัยให้ความเห็นว่าปฏิสัมพันธ์ด้านต่างๆที่หลากหลายระหว่างสถาบันการเงินกับ SMEs มีส่วนเป็นอย่างมากต่อการสนับสนุนทางธุรกิจระหว่างกัน

3.2.2 การพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มักจะใช้ความรู้ในการบริหารธุรกิจจากประสบการณ์และการเรียนรู้ในการปฏิบัติงานจริง ดังนั้นจึงทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับองค์กรหรือธุรกิจที่มีการใช้ความรู้อย่างเป็นระบบได้ โดยผู้ประกอบการควรจะพัฒนาความรู้ทางการบริหารจัดการ เช่น การจัดการการตลาด การบริหารบัญชีและการเงิน การจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมอุตสาหกรรม (วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เป็นต้น) นอกจากนั้น การพัฒนาความรู้โดยใช้ระบบสารสนเทศทางการจัดการ เช่น อินเทอร์เน็ต ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาตนเองและเรียนรู้ธุรกิจของตนในภูมิภาคและพื้นที่อื่นๆทั่วโลก ซึ่งในการเพิ่มความสามารถของผู้ประกอบการนั้น Hean Tat Keh, Thi Tuyet Mai Nguyen and Hwei Ping Ng (2007) ได้สรุปว่า การได้มาของข้อมูลข่าวสารและการพัฒนาของผู้ประกอบการ ไม่ควรจะมีการทำเพียงบางครั้ง แต่ควรจะเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องในทุกๆวัน ด้วยการปฏิสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการกับ ผู้จัดหาวัตถุดิบในการผลิตให้ผู้ประกอบการ และหุ้นส่วนทางธุรกิจต่างๆ เพราะข้อมูลข่าวสารที่ได้รับมานั้น จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างโอกาสในการดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจใหม่ๆเพื่อการแข่งขันต่อไป

3.2.3 การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสถานประกอบการ

ผู้ประกอบการ ต้องศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นของแรงงานในพื้นที่ เพื่อนำมาบริหารจัดการวางแผนการจ้างแรงงานเข้ามาทำงานในองค์กร เพราะจากการศึกษาพบว่า แรงงานในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอัตราการเข้า-ออกจางานสูง (Turnover-rate) โดยเฉพาะวัฒนธรรมท้องถิ่น มีผลต่อการบริหารแรงงาน เช่น วัฒนธรรมตามประเพณี งานทำบุญต่างๆ เข้าพรรษา-ออกพรรษา วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งแรงงานในพื้นที่มักจะหยุดงานเนื่องจากวันดังกล่าว นอกจากนั้น ในฤดูกาลทางการเกษตร เช่น ฤดูกาลทำนา ก็จะทำให้แรงงานขาดแคลน ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องวางแผนการใช้แรงงานในช่วงเวลาต่างๆให้ดี ด้วยการศึกษารัฐบาลต่างๆและวัฒนธรรมท้องถิ่นแล้วนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการบริหารงานบุคคลและการวางแผนการผลิต ซึ่งมีงานวิจัยของ Promsaka Na Sakolnakorn, et al. (2009) ได้ศึกษาปัญหาของวิสาหกิจสิ่งทอในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย พบว่า วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของแรงงานในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งต่อผู้ประกอบการ นอกจากนั้น ประเด็นทางการเงิน เช่น การไม่ได้รับความเชื่อถือจากสถาบันการเงิน ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าสู่แหล่งเงินทุนได้ เป็นต้น

3.2.4 การจัดการทางการตลาด

การบริหารการตลาด เป็นข้อจำกัดหนึ่งของผู้ประกอบการมักจะใช้ประสบการณ์ที่ได้รับและเรียนรู้มาใช้ในการบริหารจัดการ โดยขาดกระบวนการรวบรวมและจัดระเบียบการใช้งานองค์ความรู้อย่างแท้จริง ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาตนเองด้วยการจัดการองค์ความรู้ทางด้านการตลาดในแขนงต่างๆ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด และการบริหารจัดการการตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีขนาดใหญ่กว่าและเงินทุนมากกว่าได้ต่อไปในอนาคต ซึ่ง Khamanarong (2000) ได้อธิบายว่า กิจกรรมและกลไกการตลาดและตลาดการส่งออกนั้น เป็นส่วนสำคัญสำคัญที่จะช่วยทำให้ธุรกิจมีการขยายตัวด้วย เพราะตลาดในประเทศอาจต้องมีส่วนแบ่งกับสินค้านำเข้าในอนาคตอันใกล้ ด้วยเหตุนี้การสร้างช่องทางตลาดใหม่ ความสามารถในการผลิตที่สูงขึ้นและรูปแบบการจัดการที่เหมาะสมในสถานการณ์ที่ถูกต้องนั้นจะเป็นส่วนหนึ่งของความจำเป็นและความท้าทายของธุรกิจอุตสาหกรรมที่จะทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ นอกจากนี้ การใช้ความสัมพันธ์ที่มีกับลูกค้าหรือลูกค้าจะเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำสินค้าตนออกเสนอสินค้าในต่างประเทศได้ ซึ่ง Bradley, Meyer and Gao (2006) ได้อธิบายไว้ในส่วนหนึ่งของงานวิจัยของเขาไว้ว่า ผู้ประกอบการในประเทศสามารถส่งสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศได้ด้วยการอาศัยการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่เพื่อให้ได้มาซึ่งลูกค้ากลุ่มใหม่ในต่างประเทศ นอกจากนี้ Kotler (2001: 5-9) ได้อธิบายว่า การแข่งขันในสถานะการตลาดปัจจุบัน อุตสาหกรรมต้องมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ซึ่งการประสบความสำเร็จทางการตลาดนั้นมีสิ่งสำคัญอยู่ 9 ปัจจัยที่ต้องใช้ในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดคือ 1) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่สูงกว่า 2) การบริการที่ดีกว่า 3) ราคาที่ต่ำกว่า 4) การมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากกว่าคู่แข่ง 5) การที่มีการปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาวะทางการตลาดอยู่ตลอดเวลา 6) การที่มีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง 7) นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ 8) การที่มีอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งตลาดที่สูง และ 9) การที่ให้อะไรที่มากกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง

3.2.5 การใช้กลยุทธ์การรับช่วงการผลิตเพื่อการพัฒนาองค์กร

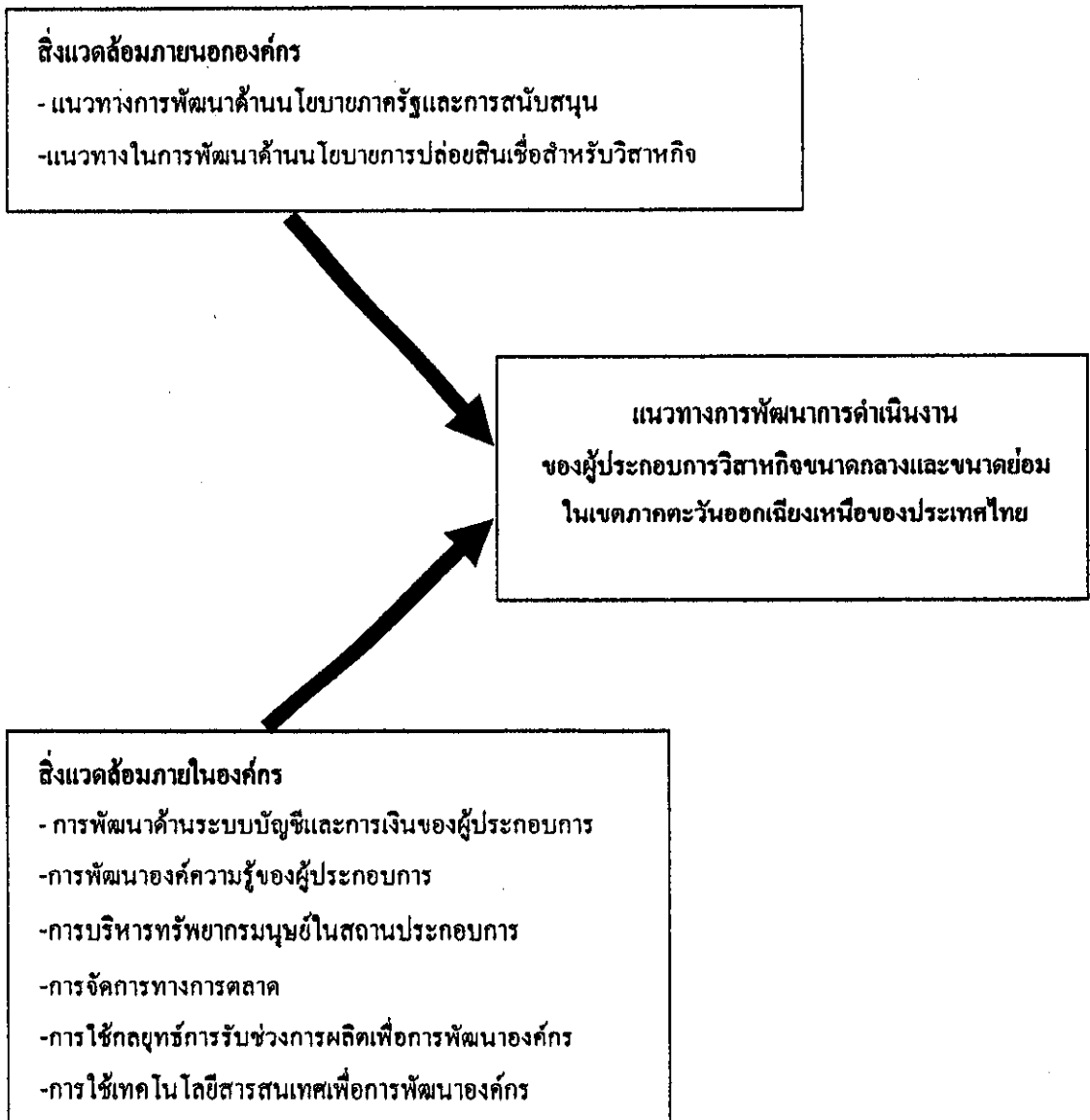
การรับช่วงการผลิตเป็นกลยุทธ์หนึ่ง ด้วยการที่ผู้ประกอบการในบางวิสาหกิจที่อยู่ในส่วนของผู้ผลิตอาจจะปรับเปลี่ยนสายการผลิตบางส่วนไปเป็นผู้รับช่วงผลิตให้อุตสาหกรรมขนาดกลางหรือขนาดใหญ่แทน เช่น ผู้ผลิตผ้าใบกันแดด อาจจะสามารไปรับช่วงผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้ผ้าใบเป็นวัตถุดิบเพิ่มเติมได้ด้วยเช่นกัน เพื่อเป็นการขยายฐานรายได้ทางเศรษฐกิจ และมีรายได้เข้ามาเพื่อพัฒนากิจการให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งงานวิจัยของ Promsaka Na Sakolnakom, et al. (2010) พบว่าการที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ผันตัวเองมาเป็นผู้รับช่วงผลิต (Subcontracting) จาก

อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ จะช่วยทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจ มีสถานะภาพทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้น และยังทำให้เกิดการจ้างแรงงานในพื้นที่มากขึ้น ซึ่งก็จะส่งผลต่อภาพรวมของเศรษฐกิจในท้องถิ่นด้วยเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตาม ทักษะ ความสามารถของแรงงานเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการ SMEs จะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ถ้าจะใช้กลยุทธ์ในการรับช่วงการผลิตเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจของคุณ เพราะจากการศึกษาของ Kongmanila and Takahashi (2009) ซึ่งอภิปรายไว้ว่า ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ปัจจัยด้านแรงงาน เช่น ทักษะ ความรู้ และจำนวนแรงงาน เป็นปัจจัยหนึ่ง que ผู้ประกอบการ ให้ความสำคัญในการเลือกที่จะส่งต่อการผลิตออกไปยังอุตสาหกรรม

3.2.6 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อพัฒนาองค์กร

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับองค์กรธุรกิจในปัจจุบัน มีส่วนช่วยเป็นอย่างมากในการพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องการเสาะแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์ องค์กร การทำการตลาด การลดต้นทุนในการดำเนินงานในระยะยาว และการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กรเป็นต้น เช่น การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับธุรกิจ SMEs จะช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการเพิ่มช่องทางการตลาดในการขายสินค้าและบริหารผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต ในรูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ทำให้เปิดโอกาสนำสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่ง Seyoum (2007) ได้อภิปรายว่า การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น การแบ่งปันข้อมูลระหว่าง ผู้ประกอบการ ผู้ขายวัตถุดิบและผู้บริโภค โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต จะทำให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประสานงานการผลิต และการวางแผนการผลิตเป็นต้น

จากที่กล่าวมานั้น สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงาน
ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาองค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย และ 2) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ประกอบการจำนวน 30 แห่ง ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ และใช้วิธีการสนทนากลุ่ม โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารธุรกิจ การบริหารการพัฒนา การจัดการ และวิสาหกิจ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากการศึกษาด้วยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ดังต่อไปนี้

1) นโยบายภาครัฐและการสนับสนุน

จากการศึกษาของผู้วิจัย พบว่า ผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยส่วนใหญ่ ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ขาดความต่อเนื่องของนโยบายและการปฏิบัติ รวมไปถึงกฎระเบียบต่างๆของภาครัฐมักจะไม่เอื้ออำนวยต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่มักจะไปเอื้อประโยชน์แก่วิสาหกิจขนาดใหญ่หรือธุรกิจข้ามชาติ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐควรจะหันมาให้ความสนใจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างจริงจังและมากกว่านี้

2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมค่อนข้างยาก เนื่องจากด้วยข้อจำกัดหลายๆประการ เช่น ไม่มีระบบบริหารจัดการที่ทันสมัยและเป็นสากล การไม่มีระบบบัญชีที่น่าเชื่อถือ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ ซึ่งส่งผล

ให้ต้องจ่ายดอกเบี้ยในอัตราที่สูง และยังส่งผลให้ไม่สามารถลงทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจในด้านต่างๆ เพื่อการแข่งขันกับวิสาหกิจขนาดใหญ่หรือวิสาหกิจที่มีเงินทุนมากกว่าได้

3) ด้านองค์ความรู้

จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มักจะบริหารธุรกิจโดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับมาจากการทำงานมาใช้ในการบริหารงาน รวมไปถึงไม่ค่อยได้รับการศึกษาเพิ่มเติมหรือฝึกอบรมในวิธีการบริหารจัดการธุรกิจ ทำให้ไม่สามารถดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพได้ นอกจากนี้ ยังจำกัดด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเรื่องต่างๆ ซึ่งส่งผลให้การปรับตัวของวิสาหกิจเป็นไปด้วยความเชื่องช้า ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบธุรกิจและสถานะเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

4) ด้านแรงงาน

จากการศึกษา พบปัญหาคือ อัตราการเข้า-ออกจากงานสูง เมื่อแรงงานทำงานจนมีฝีมือและมีความชำนาญงานมากขึ้น ก็จะย้ายออกไปทำงานในโรงงานขนาดใหญ่ที่มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า นอกจากนี้ ในฤดูกาลทางการเกษตร แรงงานก็จะเคลื่อนย้ายกลับไปทำงานในภาคการเกษตรทำให้วิสาหกิจต่างๆขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูกาลทางการเกษตรด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ แรงงานในภูมิภาคมักจะมีการหยุดงานในงานประเพณีต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานศพ งานทำบุญเข้าพรรษาและทำบุญออกพรรษา งานทำบุญกฐิน งานทำบุญทอดผ้าป่า และประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

5) ด้านการตลาด

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารการตลาด และวิธีการบริหารจัดการด้านการตลาด ทำให้มักจะผลิตสินค้าหรือทำธุรกิจเพียงเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเฉพาะในท้องถิ่นของตนหรือเพียงตลาดในประเทศ โดยผู้ประกอบการส่วนมากยังขาดความรู้ความสามารถด้านการตลาดต่างประเทศ ขณะเดียวกันความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง ตลอดจนการเปิดเสรีทางการค้าทำให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแข่งขันกับสินค้าในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น

1.2 แนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ในการศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม โดยผู้เชี่ยวชาญด้าน

บริหารธุรกิจ การจัดการวิสาหกิจ และการบริหารการพัฒนา จำนวน 5 ท่าน มาร่วมกันอภิปรายเพื่อหาแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยได้ข้อสรุปแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร และ 2) ด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรดังต่อไปนี้

1.2.1 ด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กร คือปัจจัยภายนอกที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมและบริหารจัดการเองได้ เช่น นโยบาย ระบบเศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น ดังต่อไปนี้

1) แนวทางการพัฒนาด้านนโยบายภาครัฐและการสนับสนุน

ในส่วนของการพัฒนาด้านนโยบายภาครัฐและการสนับสนุนนั้น จากการสนทนากลุ่มได้แนวทางว่า ภาครัฐจะต้องสนับสนุนนโยบายและปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจอย่างจริงจัง โดยเฉพาะการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนให้สามารถดำเนินธุรกิจและแข่งขันได้ในสภาวะการณปัจจุบัน เช่นการให้ความรู้ในการบริหารจัดการด้านต่างๆอย่างต่อเนื่อง การส่งเจ้าหน้าที่ของรัฐผู้มีความรู้ความชำนาญเข้าไปเป็นที่ปรึกษา แนะนำ และให้คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการ นอกจากนี้ รัฐบาลทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นควรจะออกกฎหรือระเบียบเพื่อปกป้องวิสาหกิจท้องถิ่นหรือเพื่อสนับสนุนให้วิสาหกิจคนไทยสามารถอยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมการแข่งขันในปัจจุบันได้

2) แนวทางในการพัฒนาด้านนโยบายการปล่อยสินเชื่อสำหรับวิสาหกิจ

รัฐบาลควรปรับปรุงแนวปฏิบัติสำหรับสถาบันการเงินภายใต้การกำกับของรัฐ ให้มีวิธีปฏิบัติที่สอดคล้องกับความเป็นจริงมิใช่รัฐบาลออกนโยบายมาแล้ว แต่ในทางปฏิบัติกลับไม่สามารถปล่อยสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการได้ เนื่องจากมีเงื่อนไขและข้อกำหนดที่ยุ่งยากและมากเกินไป จนทำให้ผู้ประกอบการบางประเภทไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบ เพื่อนำมาขยายและพัฒนากิจการได้

1.2.2 ด้านสิ่งแวดล้อมภายในองค์กร คือปัจจัยภายในองค์กรเอง ที่ผู้ประกอบการสามารถบริหารจัดการ ควบคุม และพัฒนาได้ด้วยตนเอง ดังนี้

1) การพัฒนาด้านระบบบัญชีและการเงินของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจที่ยังไม่ได้จดทะเบียน จะต้องจดทะเบียนการประกอบกิจการให้ถูกต้องกับหน่วยงานภาครัฐ จะต้องมีการเรียนรู้ในการทำระบบบัญชีที่เชื่อถือได้ มีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย อย่างเป็นระบบ มีการวางแผนทางการเงิน การทำธุรกรรมผ่านสถาบันการเงิน การศึกษาด้านการเขียนแผนธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาองค์กรธุรกิจให้เข้าเงื่อนไขและได้รับความไว้วางใจจากสถาบันการเงิน

2) การพัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มักจะใช้ความรู้ในการบริหารธุรกิจจากประสบการณ์และการเรียนรู้ในการปฏิบัติงานจริง ดังนั้นจึงทำให้ไม่สามารถแข่งขันกับองค์กรหรือธุรกิจที่มีการใช้ความรู้อย่างเป็นระบบได้ โดยผู้ประกอบการควรจะพัฒนาความรู้ทางการบริหารจัดการ เช่น การจัดการการตลาด การบริหารบัญชีและการเงิน การจัดการเชิงกลยุทธ์ การวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมอุตสาหกรรม (วิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เป็นต้น) นอกจากนี้ การพัฒนาความรู้โดยใช้ระบบสารสนเทศทางการจัดการ เช่น อินเทอร์เน็ต ก็จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาตนเองและเรียนรู้ธุรกิจของตนในภูมิภาคและพื้นที่อื่นๆทั่วโลก

3) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ในสถานประกอบการ

ผู้ประกอบการ ต้องศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นของแรงงานในพื้นที่ เพื่อนำมาบริหารจัดการวางแผนการจ้างแรงงานเข้ามาทำงานในองค์กร เพราะจากการศึกษาพบว่า แรงงานในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอัตราการเข้า-ออกจากงานสูง (Turnover-rate) โดยเฉพาะวัฒนธรรมท้องถิ่น มีผลต่อการบริหารแรงงาน เช่น วัตถุประสงค์ตามประเพณี งานทำบุญต่างๆ เข้าพรรษา-ออกพรรษา วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ เป็นต้น ซึ่งแรงงานในพื้นที่มักจะหยุดงานเนื่องจากวันดังกล่าว นอกจากนี้ ในฤดูกาลทางการเกษตร เช่น ฤดูกาลทำนา ก็จะทำให้แรงงานขาดแคลน ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องวางแผนการใช้แรงงานในช่วงเวลาต่างๆให้ดี ด้วยการศึกษาวัดหยุดต่างๆและวัฒนธรรมท้องถิ่นแล้วนำมาเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนการบริหารงานบุคคลและการวางแผนการผลิต

4) การจัดการทางการตลาด

ผู้ประกอบการจะต้องมีการพัฒนาตนเองด้วยการจัดการองค์ความรู้ทางการตลาดในแขนงต่างๆ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาด และการบริหารจัดการการตลาดให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งที่มีขนาดใหญ่กว่าและเงินทุนมากกว่าได้ต่อไปในอนาคต นอกจากนี้ การใช้ความสัมพันธ์ที่มีกับลูกค้าหรือลูกค้าจะเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำสินค้าตนเองออกเสนอสินค้าในต่างประเทศได้ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจควรด้านการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม เพื่อสนับสนุนซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ เช่น การจัดการความรู้ การตลาด การทำประชาสัมพันธ์ร่วมกัน และนำไปสู่การสร้างอำนาจในการเจรจาต่อรองที่มีต่อพ่อค้า หรือการขอการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เป็นต้น ซึ่งการรวมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้นจะเป็นการสร้างเครือข่าย สร้างพื้นที่ทางโอกาสสำหรับเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันและเชื่อมโยงสู่การลงทุนทั้งระดับภูมิภาคและสากล โดยมีการสนับสนุนซึ่งกันและกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูล และการเสริมสร้างศักยภาพในการทำงานร่วมกัน โดย Bradley, Meyer and

Gao (2006) ได้อธิบายว่า ถ้าผู้ประกอบการภายในประเทศ สามารถส่งออกสินค้าไปยังตลาดต่างประเทศ ด้วยการพึ่งพิงบริษัทขนาดใหญ่ และใช้เครือข่ายฐานลูกค้าของบริษัทขนาดใหญ่ เพื่อเข้าไปสู่การส่งสินค้าออกไปยังลูกค้าในกลุ่มการตลาดเป้าหมายต่อไป

5) การใช้กลยุทธ์การรับช่วงการผลิตเพื่อการพัฒนาองค์กร

การรับช่วงการผลิตเป็นกลยุทธ์หนึ่ง ด้วยการที่ผู้ประกอบการในบางวิสาหกิจที่อยู่ในส่วนของผู้ผลิตอาจจะปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตบางส่วนไปเป็นผู้รับช่วงผลิตให้อุตสาหกรรมขนาดกลางหรือขนาดใหญ่ ด้วยการที่ผู้ผลิตในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมติดต่อกับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพื่อเข้าไปเป็นผู้รับช่วงการผลิต (Subcontract) เช่น ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผลิตเสื้อผ้า ตั้งอยู่ที่หมู่บ้านคำไฮ จังหวัดขอนแก่น อาจจะไปเป็นผู้รับช่วงการผลิตเสื้อผ้าจากบริษัทผู้ผลิตเสื้อผ้าชื่อดังในจังหวัดสมุทรปราการ โดยผู้ผลิตเสื้อผ้าชื่อดังในจังหวัดสมุทรปราการ จะเป็นผู้ส่งวัตถุดิบมาให้ผู้ผลิตในหมู่บ้านคำไฮเป็นผู้ผลิต เมื่อวิสาหกิจที่หมู่บ้านคำไฮผลิตเสร็จแล้ว ก็ส่งกลับไปให้ผู้ผลิตชื่อดังในจังหวัดสมุทรปราการ โดยอาจจะรับค่าจ้างเป็นรายชิ้น เป็นต้น

ซึ่งถ้าผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์การรับช่วงการผลิตนี้ จะทำให้พวกเขามีคำสั่งผลิตโดยตลอด และมีรายได้เข้ามาสู่องค์กรอยู่ตลอดเวลา โดยไม่มีการหยุดชะงักทั้งจากการขายสินค้าที่หือของตัวเองให้ลูกค้ารายเดิม และจากคำสั่งการผลิตที่เข้าไปเป็นผู้รับช่วงการผลิต โดยจากการศึกษาของ Masakure and Henson (2005) พบว่าแรงจูงใจที่นำวิสาหกิจไปสู่การเป็นผู้รับช่วงผลิตคือ 1) มีการรับประกันราคาขั้นต่ำจากผู้ว่าจ้าง 2) มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่แน่นอน 3) มีรายได้เพิ่ม และ 4) ไม่ต้องรับผิดชอบเรื่องการขนส่งไปสู่ตลาด เป็นต้น

6) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการพัฒนาองค์กร

การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับองค์กรธุรกิจในปัจจุบัน มีส่วนช่วยเป็นอย่างมากในการพัฒนาองค์กรในด้านต่างๆ ทั้งในเรื่องการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร การประชาสัมพันธ์องค์กร การทำการตลาด การลดต้นทุนในการดำเนินงานในระยะยาว และการเพิ่มประสิทธิภาพโดยรวมขององค์กร เป็นต้น เช่น การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) กับธุรกิจ SMEs จะช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการเพิ่มช่องทางการตลาดในการขายสินค้าและบริหารผ่านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในรูปแบบของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ทำให้เปิดโอกาสนำสินค้าออกสู่ตลาดต่างประเทศได้เพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัย

2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

ภาครัฐทั้งในส่วนของการบริหารส่วนท้องถิ่น ส่วนภูมิภาคและรัฐบาลกลาง ควรจะให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง ต่อเนื่อง และสามารถปฏิบัติได้จริงในระดับปฏิบัติการ เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถเป็นหน่วยธุรกิจที่สร้างงาน และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ท้องถิ่น และสังคม ได้อย่างยั่งยืนตลอดไป

นอกจากนั้น รัฐควรจะมีการพัฒนาและรักษาผู้ประกอบการรายเดิมและผู้ประกอบการรายใหม่ ด้วยการการพัฒนาและคงรักษาผู้ประกอบการรายเดิม รวมทั้งการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ ซึ่งจะเป็นการสร้างหรือพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีทักษะความสามารถและจิตวิญญาณของผู้ประกอบการให้ดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยรับสมัครและคัดเลือกผู้ประกอบการที่ประกอบการอยู่แล้ว หรือผู้ที่ปรารถนาจะเข้าประกอบการในอนาคตอันใกล้ เข้าร่วมโครงการที่เกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการ

2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจ

การพัฒนาตนเองเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นผู้ประกอบการควรจะมีการพัฒนาตนเองในด้านต่างๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น การตลาด การบริหารกลยุทธ์ การบริหารธุรกิจและการจัดการองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งนำไปให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตนเองไปสู่ความแข่งขัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ธุรกิจให้ยั่งยืนตลอดไป

ผู้ประกอบการควรจะมีการเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้แนวคิดการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจหลัก ธุรกิจรอง ธุรกิจสนับสนุนและการพัฒนาเชื่อมโยงในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ รวมทั้งการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและชุมชน

2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องด้วยการศึกษาครั้งนี้ มีข้อจำกัดทางด้านผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัย ซึ่งมีจำนวนน้อยเกินไป ซึ่งอาจจะทำให้ผลของการวิจัยมีข้อจำกัดในการอธิบายผลของการศึกษาที่เกิดขึ้น ดังนั้นผู้ที่สนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยต่อไปในอนาคต ควรทำการวิจัยโครงการในลักษณะเดียวกันในหลายๆ พื้นที่ และนำมาเปรียบเทียบกัน หรืออาจจะใช้การศึกษาเชิงปริมาณเพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจเพื่อความยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย. (2545). ชุดการวิจัยชุมชน. นนทบุรี: บริษัทเอส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- _____. (2545). ชุดวิชาสารนิพนธ์. นนทบุรี: บริษัทเอส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- กิตติ ลิมสกุล. (2546). หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ : กระทรวงมหาดไทย.
- เกียรติศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2542). SMEs หรือ SLEs: แนวโน้มธุรกิจไทยในศตวรรษหน้า. กรุงเทพฯ: บริษัท ซัคเซสมีเดีย จำกัด.
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ. (2546). คู่มือการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ. (2545). หนึ่งปี หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- ชวาลวุฒ ไชยนิวัด. (2544). โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: กระทรวงการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร.
- ชัชวาลย์ชาติสุทธิชัย. (2546). บรรจุภัณฑ์ SMEs อารมณ์แห่งสินค้า. SMEs TODAY. มิถุนายน 2546: 56-57.
- ทบวงมหาวิทยาลัย. (2531). การศึกษาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อม และการประกอบการในภาคต่างๆ. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทบวงมหาวิทยาลัย. (2521). อุตสาหกรรมขนาดย่อม และขนาดกลางในประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- บุญทัน ดอกไธสง. (2541). การแข่งขันสู่ความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (เอกสารประกอบการบรรยาย).
- ประเวศ วสี. (2535). ชุดวิชาการวิจัยชุมชน. นนทบุรี : บริษัท เอส อาร์ พรินติ้ง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- ฝ่ายส่งเสริมและพัฒนา SMEs ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). (2546). ระบบบัญชีที่ดีสำหรับธุรกิจ SMEs เป็นกุญแจสู่ความสำเร็จ. SMEs TODAY. พฤษภาคม 2546: 84-85.
- วิชา จันทะวงศ์ศรี. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม. รายงานการศึกษาอิสระ ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- ฉรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. (2545). วิทยาทองชุมชน กลไกเศรษฐกิจฐานราก. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอคิสันเพรสโปรดักส์ จำกัด.
- ฉัฐพล นิมมานพัชรินทร์. (2552). สารพัดปัญหาธุรกิจที่ SMEs แนวโน้มดึงเหวที่สุดในรอบ 5 ปี. ค้นเมื่อ 6 มกราคม พ.ศ. 2553, จาก <http://www.manager.co.th/SMEs/ViewNews.aspx?NewsID=9520000040879>.
- สมชาย สกฤตสุรัตน์. (2551). ยุทธศาสตร์บูรณาการเพื่อพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของภาครัฐและเอกชน ในช่วงปี 2545 – 2550. อีคอนนิวส์ ฉบับที่ 433 วันที่ 2 มิถุนายน 2551.
- สมเกียรติ ทวีจักษ์. (2552). ตัวแบบทางธุรกิจเพื่อการแข่งขันของธุรกิจพื้นที่ให้เข้าสำหรับตลาดจำหน่ายเสื้อผ้าขนาดใหญ่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สรชัย พิศาลบุตร. (2529). บทบาทของอุตสาหกรรมขนาดย่อมที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สามารถ จันทร์สุรย์. (2545). ชุดวิชาการวิจัยชุมชน. นนทบุรี: บริษัทเอสอาร์ ฟรินดิง แมสโปรดักส์ จำกัด.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2549). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2548 และแนวโน้มปี 2549. กรุงเทพฯ: ทางสะดวก.
- _____. (2552). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2551 และแนวโน้มปี 2552. กรุงเทพฯ: ฝ่ายยุทธศาสตร์ SMEs มภาค สสว.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (เอกสารอัดสำเนา).
- สำนักงานธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม. (2531). การศึกษาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อมและการประกอบการในภาคต่างๆ. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์. (2536). อุตสาหกรรมต่างจังหวัด. กรุงเทพฯ: สถาบันนโยบายศึกษา คณะกรรมการข้าราชการของรัฐบาล.
- เหม และสมปอง อาจฉรงค์. (2545). เครือข่ายความร่วมมือในการดำเนินธุรกิจ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย.

- อนงค์นุช เทียนทอง และคณะ (2545). ความช่วยเหลือของรัฐบาลต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไทย. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์*, 20(1), 41-49.
- อนันตผล พันธุ์เพ็ง. (2547). การพัฒนาธุรกิจ SMEs อย่างไรให้ประสบผลสำเร็จ. *SMEs TODAY*. กุมภาพันธ์ 2547: 86-87.
- Bradley, F., Meyer, R. and Gao, Y. (2006). Use of supplier-customer relationships by SMEs to enter foreign markets. *Industrial Marketing Management*, 35, 652 – 665.
- Chen, H. and Rozelle, S. (1999). Leaders, managers, and the organization of township and village enterprises in China. *Journal of Development Economics*, 60, 529-557.
- Chen, Y., Ishikawa, J. and Yu, Z. (2004), Trade liberalization and strategic Outsourcing. *Journal of International Economics*, 63, 419-436.
- De la Torre, A., et al. (2010). Bank involvement with SMEs: Beyond relationship lending. *Journal of Bank and Finance*, 34, 2280–2293.
- Fleisher, B.M. and Chen, J. (1997). The coast–noncoast income gap, productivity, and regional economic policy in China. *Journal of Comparative Economics*, 25, 220-236.
- Ghosh, B.C., Liang, Tan W., Meng, Tan T. and Chan, B. (2001). The key success factors, distinctive capabilities, and strategic thrusts of top SMEs in Singapore. *Journal of Business Research*, 51, 209-221.
- Gorman, Gary G., Rosa, Peter A. and Faseruk, A. (2005). Institutional leading to knowledge based businesses. *Journal of Business Venturing*, 20, 793-819.
- Hall, C.M. & Jenkins, J. (1995). *Tourism and Public Policy*. U.K., London: Routledge.
- Hean Tat Keh, Thi Tuyet Mai Nguyen and Hwei Ping Ng. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing*, 22, 592–611.
- Iman, Mohamad S. and Nagata, A. (2005). Liberalization policy over foreign direct investment and the promotion of local firms development in Indonesia. *Technology in Society*, 27, 399–411.
- Khamaarong, S. (2000). *The Role of SMEs and Development Administration in Thailand*, International Conference, The Role of SMEs and Development in Asia, Nagoya University. Nagoya: Japan.

- Khamanarong, S. (2002). **The marketing diversification of SMEs administration in Thailand.** (Research report No. 138). Japan: Economic Research Center, Nagoya University.
- Kongmanila, X. and Takahashi, Y. (2009). Determinants of Subcontracting in Lao Garment Industry. **Contemporary Management Research**, 5(3), 273-286.
- Kotler, P. (2001). **Kotler on Marketing**. 1st edition, U.K. Omnia Books Limited.
- Masakure, O. and Henson, S. 2005. Why do small-scale producers choose to produce under contract? Lessons from nontraditional vegetable exports from Zimbabwe. **World Development**, 33(10), 1721–1733.
- Meissner, F. (1997). Marketing and rural industries in the agricultural development of Latin America. **Food Policy**. 2(4), 348-351.
- Owualah, Sunday I. (2002). SMEs borrowing, constraints and banking relationship in Japan. **Japan and the World Economy**, 14, 87-100.
- Parker, D.C. and Munroe, D.K., (2007). The geography of market failure: edge-effect externalities and the location and production patterns of organic farming. **Ecological Economics**, 60(4), 821–833.
- Promsaka Na Sakolnakorn, T., Khamanarong, S., Khamanarong, K. and Imtavil, V. (2008). Causal variables affecting rural industry outsourcing in Northeast Thailand **International Business & Economic Research Journal**, 7(7), 77-82.
- Promsaka Na Sakolnakorn T, Aim-Im-Tham, S. and Khamanarong S. (2009). Management strategy for administration of textile industries in developing country: case study Thailand. **Journal of Business Case Studies**, 5(3), 37-44.
- Promsaka Na Sakolnakorn, T., Khamanarong, S., Khamanarong, K., Imtavil, V. and Overton, J. (2010). Industry outsourcing and regional development in Northeast Thailand. **Asia Pacific ViewPoint**, 51(1), 106-112.
- Purateera, T., Khamanarong, S., Khamanarong, K. and Phanarata, A. (2009). Influence factors affecting management of small enterprises in Northeast Thailand. **International Business & Economic Research Journal**, 8(2), 41-46.
- Seyoum, B. (2007). Trade liberalization and patterns of strategic adjustment in the US textiles and clothing industry. **International Business Review**, 16, 109-135.

- Stearns, T.M., Carter, N.M., Reynolds, P.D. and Williams, M.L. (1995). New firm survival: industry, strategy, and location. **Journal of Business Venturing**, 10, 23-42.
- Swenson, Deborah L. (2005). Oversea assembly and country sourcing choices. **Journal of International Economics**, 66(1), 107-130.
- Walls, R. (2001). Microenterprising and people with disabilities: strategies for success and failure. **Journal of Rehabilitation**, 67(2), 29-35.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

สถานที่ตั้งของสถานประกอบการที่ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก

สถานที่ตั้งของสถานประกอบการที่ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ประเภทวิสาหกิจ	สถานที่ตั้ง
สิ่งทอและตัดเย็บเสื้อผ้า	บ้านโนนโพธิ์ อำเภอบ้านเขว้า จังหวัดชัยภูมิ
ผลิตเสื้อคอกระเช้า	บ้านคงพิภพ ตำบลพระเจ้า กิ่งอำเภอเขียงขวัญ จังหวัดร้อยเอ็ด
ผลิตผ้าใบกันแดด	บ้านโนนบ่อ อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น
ผลิตเสื้อโปโล	อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น
ผลิตเครื่องหนัง	อำเภอคูเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
ผลิตเฟอร์นิเจอร์	อำเภอพล จังหวัดขอนแก่น
คอกไม้ประดิษฐ์	ตำบลบึงคำ อำเภอเสิงสาง จังหวัดยโสธร
ผลิตน้ำดื่ม	อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
ร้านขายเสื้อผ้า	อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
จำหน่ายเสื้อผ้าและอุปกรณ์ เดินป่าลาซทหาร	อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
ค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค	อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์
ค้าส่งเสื้อผ้า	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ค้าส่ง หมอนอิง หมอนหนุน ผ้าปูเตียง	ตำบลหนองดอกแป้น อำเภอขามเฒ่า จังหวัดกาฬสินธุ์
ค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค	อำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร
ค้าส่งสินค้าอุปโภคบริโภค	อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
จำหน่ายวัสดุก่อสร้าง	ตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ร้านขายเสื้อผ้าวัยรุ่น	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ร้านขายเสื้อผ้าวัยรุ่น	อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
ร้านขายเสื้อผ้าวัยรุ่น	ตลาดไผ่เบ็ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี
ร้านขายสินค้าเบ็ดเตล็ด	อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ
จำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ร้านค้าอุปกรณ์และเครื่องมือ ทางการเกษตร	อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด
สินค้าอุปโภคบริโภค	อำเภอเมือง จังหวัดสุรินทร์
ผลิตเฟอร์นิเจอร์	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

สถานที่ตั้งของสถานประกอบการที่ให้สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (ต่อ)

ประเภทวิสาหกิจ	สถานที่ตั้ง
ผู้ประกอบการนวดแผนไทย	อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
ผู้ประกอบการนวดแผนไทย	อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี
ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว และขายตัวเครื่องบิน	อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์
ร้านอินเทอร์เน็ต	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ร้านอินเทอร์เน็ต	อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
ร้านอาหารจีน	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
ร้านรับจ้างซักรีดเสื้อผ้า	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น

ภาคผนวก ข

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่มาร่วมอภิปรายสนทนากลุ่ม

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่มาร่วมอภิปรายสนทนากลุ่ม

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีย์ นัยพินิจ

สังกัด สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 ประวัติการศึกษา Ph.D. (Public Administration), Magadh University, India
 บธ.ม. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 บธ.บ. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยพายัพ
 สาขาความชำนาญ: การจัดการวิสาหกิจ การบริหารธุรกิจ

2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรวัตร ภูระธีรานรัชต์

สังกัด สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
 ประวัติการศึกษา ศศ.ด.(พัฒนศาสตร์) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 บธ.ม. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
 รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 สาขาความชำนาญ: การจัดการวิสาหกิจ การบริหารธุรกิจ

3. อาจารย์ ดร.ฉลองชัย ม่าน โลกสูง

สังกัด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติสกลนคร
 ประวัติการศึกษา Ph.D. (Ancient Indian & Asian Studies), Magadh University, India
 ศศ.ม. (พลศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 ศษ.บ. (พลศึกษา) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 ความชำนาญ: การบริหารการพัฒนา

4. อาจารย์ ดร.วีระกุล ชายผา

สังกัด คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 ประวัติการศึกษา Ph.D. (Public Administration), Magadh University, India
 ศษ.ม. (การบริหารการศึกษา) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 กษ.บ. (ภูมิศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร
 ความชำนาญ: การบริหารการพัฒนา การวางแผนเชิงกลยุทธ์

รายนามผู้เชี่ยวชาญที่มาร่วมอภิปรายสนทนากลุ่ม (ต่อ)

5. คุณสมเกียรติ ทวีจักษ์

ตำแหน่งและสังกัด: ผู้บริหารตลาดประตุน้ำขอนแก่น และ โรงแรมประตุน้ำขอนแก่น
ประวัติการศึกษา บธ.ม. (บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ศ.บ. (เศรษฐศาสตร์) มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ความชำนาญ: การบริหารธุรกิจ และการจัดการองค์กร

ภาคผนวก ก

การเผยแพร่ผลงานวิจัย

การเผยแพร่ผลงานวิจัย

1. Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2010). The Analysis of Problem and Threat of Small and Medium-Sized Enterprises in Northeast Thailand. **International Business & Economic Research Journal**, 9(9), 123-131.

The Analysis Of Problem And Threat Of Small And Medium - Sized Enterprizes In Northeast Thailand

Thongphon Promsaka Na Sakolnakorn, Prince of Songkla University, Thailand

ABSTRACT

The objectives of the study are: 1) to study the problems of small and medium-sized enterprises in the northeastern region of Thailand and 2) to analyze the problems of the operation and management of small and medium-sized enterprises in the northeastern region of Thailand. The researcher used a qualitative method with in-depth interviews of 30 entrepreneurs in small and medium-sized enterprises in northeast Thailand. In addition, content analysis was used to analyze this data. The researcher found five problems affecting SMEs in northeast Thailand: 1) public policy and government support, 2) financial support, 3) knowledge capital, 4) labor, and 5) marketing.

Keywords: Small and Medium-sized Enterprises, Problem and Threat, Northeast of Thailand

INTRODUCTION

One of the potential processes to develop the economy in the country is to spread modernity to all regions of the country. When modernization comes to the area economic growth will follow, especially for small and medium-sized enterprises (SMEs), which are very important in developing countries. SMEs are crucial to a developing country because they increase the growth of the economy and industry in the country (Chen & Rozelle, 1999). SMEs still are one of the important factors that help and support the growth of the economy over the decades. According to data from The Office of Small and Medium-sized Enterprise Promotion (2005), more than 80% of economic growth takes place due to medium-sized and small enterprises that have emerged in parts of Thailand.

Most developing countries have changed from agricultural to industrial economies. These enterprises are a factor in achieving this outcome and developing the community. In the past, people who were poor and lived in the countryside received help from the government, boosting economic growth in the local area and decreasing the rate of immigration in the countryside due to development.

In the last few decades, industrial development has spread throughout the country. This offers a good chance for medium-sized and small industries to export their products to the international market because these industries have advantages over big industries, including: 1) the communication channel with the market is not complicated and responds to customer requirements promptly; 2) it is easier for small industries to produce goods that conform to consumer demands; and 3) the relationships of medium-sized enterprises are closer than those of big industries, which affects the productive pattern and product standards (Khamanarong, 2002).

In Thailand, the development of industry in the up-country took place 40 years ago when the 4th national economic and social development plan was implemented. This plan was developed to encourage rural development, especially with respect to two notions about up-country industry development: 1) the up-country areas were underdeveloped, so it was necessary to develop and upgrade the areas to compete against developed areas such as Bangkok; and 2) taking advantage of an area's unique resources to spread industry to rural areas, such as water resources, land, and labor costs. These two concepts enabled the spread of industry from the city to rural areas, and medium-sized and small industries were able to grow rapidly and become a potential factor in the development of

socio-economic well-being (Panpiemras, 1998).

The potential development of enterprises is very important in enabling them to adapt and survive in the world market and to support the free-trade system in the present and future. This is very useful for a country's economy and region. Thus, industry and enterprise administration then turns from minor issues to major issues or core competencies in the organization such as the perspective of the operator's network in the supply chain, tool management, information and technology, and integrated business management, which is very important for the business world. Then industry and enterprise administration becomes the most important tool for business development in the present. Every sector – supplier, distributor, buyer, etc. – has to change and develop its process or strategies to compete against other entrepreneurs who also have high technology. Moreover, business management is a potential factor for the companies that have to survive in the international market. It is very important for a developing country. This is what Thailand has to do as soon as possible. Then, having excellent management will produce better outcomes in terms of quantity and quality, which will upgrade the country's industrial standard for the future as well.

The data of the Office of Small and Medium-sized Enterprise Promotion (2008) reveal that there are 818,182 (28.9%) enterprises in Bangkok and the surrounding area. The area with next-highest number is the northeastern region, where there are 717,990 (25.4%) enterprises. There are 451,247 (16.2%) in the north, 365,506 (12.9%) in the south, 199,604 (7.1%) in the east, 122,811 (4.3%) in the west, and 104,147 (3.7%) in the central region, as shown in Table 1:

Table 1: The number of medium-sized and small enterprises by region in Thailand in 2008

Region	Number of SMEs	Percentage (%)
Bangkok and surrounding area	818,182	29.4
Northeastern	717,990	25.8
North	451,247	16.2
South	365,506	13.2
East	199,604	7.2
West	122,811	4.4
Central	104,147	3.7
Total	2,779,487	100

Source: The Office of Small and Medium-sized Enterprise Promotion, 2008

As Table 1 shows, outside of Bangkok and the surrounding area, the northeastern region has the most enterprises compared to other regions of Thailand. This is a factor that propels and develops the regional economy and also creates employment, which affects local labor. The GDP of SMEs in 2008 was 3,446,589.2 million Baht or 37.9% of GDP (The Office of Small and Medium-sized Enterprise Promotion, 2009). In addition, the study of Promsaka Na Sakolnakorn et al. (2010) suggests that outsourcing and subcontracting is one strategy for SMEs to run their business, and it is related to developing regions through economic growth and a high rate of employment.

However, SMEs do not offer only advantages and boost the economy; a lot of SMEs still face obstacles. Sakulsurarat (2008) studied the direction of medium-sized and small enterprises, finding that 50% of the sample operated as limited companies and were managed by Thais. They are not members of government and private organizations. More than 80% have operated for more than 5 years. Their assets were 10-50 million Baht and with 10-50 employees. However, the problems that affect their businesses are marketing, competition, finance and accounting, government policy, staff, management and administration, and production and technology.

In addition, according to the study conducted by Promsaka Na Sakolnakorn et al. (2009), who studied SMEs in the textile industry, they found that the entrepreneurs always face financial problems. It is difficult to request credit from financial institutions. They still lack knowledge about the process of seeking loans, and they also have a problem related to the culture in the region. This was supported by the work of Promsaka Na Sakolnakorn et al. (2008), which stated that employees in northeastern Thailand must have long holidays, especially for big festivals such as the New Year holiday, the important Buddha days, and so on. In addition, turnover rates are high because

employees must leave factories to work on their farms during the agriculture season.

Nimman Patcharin (2009) discussed the situation of the medium-sized and small enterprises in 2009, identifying the factors that affect business operations in negative ways: 1) the Thai economy, particularly with respect to investment, confidence, and export capability; 2) political issues; SMEs are concerned about prolonged conflict that affects confidence in tourism and the Thai economy, which may cause consumers to save their money rather than spend it; 3) domestic consumer behavior, which affects business due to concerns about political issues; 4) the world economy; and 5) domestic competition, as big and multi-national enterprises may have more market share, causing SMEs to perform poorly in the market.

In solving the problems of SMEs, studying is still important because business is dynamic; the competitors, business environment, and world business change every day. As the researcher mentioned before, the question asked by this study is what the problems of SMEs are in the northeastern region of Thailand. The objectives of the study are 1) to study the problems of small and medium-sized enterprises in the northeastern region of Thailand, and 2) to analyze the problems of the operation and management of small and medium-sized enterprises in the northeastern region of Thailand. The result of this study is going to provide direction in developing the operation of SMEs in the northeastern region of Thailand, and it will serve as a case study for other regions that are similar to northeastern Thailand.

RESEARCH METHODOLOGY

In this paper, the researcher used a qualitative method employing in-depth interviews. The researcher spent six months on field work research between August of 2009 and January of 2010. In-depth interviews (informal interviews) lasting from 30 minutes to two hours were conducted with 30 entrepreneurs in small and medium-sized enterprises in northeastern Thailand. There were 11 entrepreneurs in the Khon Kaen province, 3 in the Nakhon Ratchasima province, 3 in the Udon Thani province, 2 in the Chaiyaphum province, 2 in the Roi Et province, 2 in the Buri Ram province, 2 in the Kalasin province, 2 in the Ubon Ratchathani province, 1 in the Yasothon province, and 1 in the Surin province. In addition, for ethical purposes, the researcher will not provide the names of entrepreneurs; however, locations such as villages, districts, and provinces are provided.

In addition, the researcher used content analysis to analyze the data gathered from the in-depth interviews, along with descriptive statistics to present the results of the analysis.

RESULTS AND DISCUSSION

This study categorized the industries into the 4 categories of the Office of Small and Medium-sized Enterprise Promotion (2007) as follows:

- 1) Manufacturing sector: small enterprises in the manufacturing sector should have no more than 50 employees and an asset value, excluding land, that does not exceed 50 million Baht. Medium-sized enterprises in the manufacturing sector should have 51-200 employees and an asset value, excluding land, that does not exceed 200 million Baht.
- 2) Wholesale sector: small enterprises in the wholesale sector should have labor no more than 25 employees and employees and an asset value, excluding land, that does not exceed 50 million Baht. Medium-sized enterprises in the wholesale sector should have 26-50 employees and an asset value, excluding land, that does not exceed 100 million Baht.
- 3) Retail sector: small enterprises in the retail sector should have labor no more than 15 employees and employees and an asset value, excluding land, that does not exceed 30 million Baht. Medium-sized enterprise in the retail sector should have 16-30 employees and an asset value, excluding land, that does not exceed 60 million Baht, and
- 4) Service sector: small enterprises in the service sector should have no more than 50 employees and employees and an asset value, excluding land, that does not exceed 50 million Baht. Medium-sized enterprises in the service sector should have 51-200 employees and an asset value, excluding land, that does not exceed 200 million Baht.

1. Results of In-depth Interviews

1.1 SMEs in the manufacturing sector

The textile industry has spread throughout the northeastern region. This research studies the textile community group in the Non-Poor village in the Baan-Kaew District of the Chaiyaphum Province. This group started their work with 100,000 Baht as the first investment, and now the business property is currently worth 500,000 Baht. There are 14 employees who work in the factory. Their function is to sew and produce shirts and sweaters, and they buy raw materials themselves. The interview showed that the operation's problems are caused by, first, the high level of competition among entrepreneurs engaged in the same business. For instance, to compete against others, some entrepreneurs decrease the selling price. Then, though they can sell the product, they earn little profit. The second problem is a lack of marketing knowledge; entrepreneurs do business by using their experiences and rarely learn new process that may lead to more profits for them. The third problem is financial management such as giving credit to customers. They give credit based on trust without documents, resulting in being in arrears. The fourth problem is a lack of support from the government.

One community enterprise produces round-necked, sleeveless, collared shirts in the Dong Pikul village in the Chiang Khan district of the Roi-Et province. This industry is a sub-contracting industry. They are hired by factories in Bangkok. Family members produce the shirts in their households. Currently, there are 14 employees. According to the interview, the weak point of being a subcontractor is that they do not produce their own products. If a factory from Bangkok does not hire them, they have no work to do. Furthermore, there is a lack of management knowledge and product development. It is a problem for the subcontractor in creating their own product.

One of the interesting enterprises is the awning industry in the Non-bor village in the Phra Yuen district of the Khon Kaen province. This industry has 200 entrepreneurs. The interesting details derived from the interview are as follows: 1) high competition in the awning market – there are 200 entrepreneurs in the village as well as others from nearby villages; 2) high cost of transportation, especially gas costs, which fluctuate all the time, but the suppliers cannot change the product price; 3) there are similar product that offer more advantages than the product that the entrepreneurs produce; and 4) there is a lack of management knowledge such as knowledge about marketing, finance, packaging, and so on.

The next enterprise involves shirt production in the Phu Wiang district of the Khon Kaen province. This is medium-sized enterprise with 60 employees. Most of the stakeholders are Chinese who invested in and established the factory as a subcontractor. They are hired from Chinese factories to produce the shirts for export. According to the interview with the Thai head of labor, this factory is just a sub-contract production, so they have no problem with marketing or ordering. The problems they face include the lack of employees in the surrounding area. Most employees move to work in Bangkok and the surrounding area. Second, since they lack young employees, the factory has to recruit the elderly to work, and third, when the harvest season comes, employees usually stop their work in the factory and return home to do agricultural work, so there are not enough employees during that season.

A leather enterprise that produces bags and belts in the Kumuang district of the Buri Ram province is a small operation, set up by community members. According to the interview, its problems are 1) marketing, such as promotion and public relations; 2) a lack of government support; and 3) a lack of special knowledge such as packaging and new technology.

A furniture enterprise in the Pon district of the Khon Kaen province is a medium-sized enterprise with 90 employees. The study found that government policy is the essential problem for the industry. For instance, the government does not change or adapt the modernity policy, especially in the case of the policy of importing raw materials from overseas. Another problem involves management; due to the high level of investment in machinery, entrepreneurs cannot develop production process as well as they would like to. Third, while the government supports the enterprise in the financial process, in fact, it is difficult to request credit from a financial institution.

An artificial flower enterprise in the Lerng Nok Tha district of the Yasothon province has encountered the following problems: 1) a lack of government support; 2) insufficient knowledge of marketing and a limited selling

channel; 3) high competition in the market; and 4) a lack of funds, which makes it difficult to develop their product.

The last example in the manufacturing sector is a drinking water enterprise in the Nakorn Ratchasima province. This small enterprise consists of 32 employees. According to the interview, 1) there are many competitors in the market; 2) the high cost of transportation directly affects the selling cost; 3) it is difficult to develop the business due to a lack of funds, and the government does not provide enough support; and 4) the employee turnover rate is high, especially in the rainy season.

1.2 SMEs in the wholesale sector

The first example of a wholesale enterprise is a garment shop in Muang district of the Udon thani province. The obstacles of the business are the following: 1) circulation is down since the political revolution in 2006. The government has tended to focus on political issues more than economic issues. 2) The birth of the major wholesale superstores has directly affected local businesses because the superstores are more convenient and sell goods at cheaper prices than local stores. 3) There is no policy to protect local business, but the government supports the policy for overseas businesses to invest in Thailand.

The next example is an enterprise that sells military clothes and adventure tools in the Muang district of the Udon thani province. The problems in the business are: 1) Chinese products are going to claim the market because of lower costs. 2) Even though the profit of this business is small, they still pay a high price for the good location.

At a consumer products wholesale enterprise in the Muang district of the Kalasin province, there are 18 employees. According to the interview, 1) the major wholesale superstores sell products at lower prices than local stores, and this causes local stores to collapse. 2) The central government has no policy to protect local business, though it supports the policy for overseas businesses to invest in Thailand. 3) The laws and regulations in Thailand are outdated.

According to the interview with a garment wholesaler in the Muang district of the Khon Kaen province, 1) there are many competitors in the market. 2) The trends change all the time. 3) Due to the convenience of transportation and low ticket prices, consumers will buy goods in Bangkok.

The next example is a backrest pillow, drapery, and bedclothes wholesaler in the Yangtalad district of the Kalasin province. This enterprise has 15 employees, and the interview indicated that 1) circulation is directly relates to the country's economic status. 2) The government does not support them in spreading goods to the international market, even though there is a lot of demand and a large number of buyers on the international market. 3) There is a lack of skillful employees to produce the products because they mostly move to work in the large industrial sector. 4) The management of production costs is challenging because the costs increase constantly, but it is difficult to increase the selling price.

Regarding a wholesaler in the Muang district of the Mukdahan province that imports consumer products from China and Vietnam, the study found the following problems: 1) poor circulation due to economic issues; 2) a decrease in the number of tourists due to the political conflict; and 3) high competition in the market.

The last example is a consumer products wholesaler in the Muang district of the Ubon Ratchathani province. This is a small enterprise that employs 12 employees. The study found the following problems: 1) the damaging effect of the major wholesale superstores and large convenience stores such as Tesco Lotus and Big-C; 2) a lack of management knowledge; 3) a lack of funds to develop the enterprise; and 4) a lack of inspiration to develop the enterprise.

1.3 SMEs in the retail sector

One retail enterprise that the researcher is interested in is a construction equipment business employing 23 people in the Banped sub-district of the Khon Kaen province. According to the interview with the owner, 1) it is difficult to recruit employees, and the turnover rate is high, especially in the agriculture season. 2) Sales of

construction equipment are related to the status of the economy and investment by the government in infrastructure, and 3) even though the government supports the enterprise in the financial process, it is difficult to request credit from a financial institution.

A clothes retail shop in the Muang district of the Khon Kaen province is a family business with 2 branches. According to the interview, the problems are: 1) high competition in the market; 2) trends that change constantly; 3) little profits; 4) the high cost of the good location; 5) song copyrights. Officials usually ask for bribes, even when the owner buys a song legally.

Like the clothing shop in the Khon Kaen province, a clothing shop in the Muang district of the Udon Thani province has similar problems. Moreover, the researcher found that the entrepreneur does not have knowledge of business development and suffers from a lack of government support.

Next is a miscellaneous shop in the Muang district of the Chaiyaphum. The researcher found that 1) the birth of the big wholesale superstores has directly affected local business. 2) The entrepreneur does not have knowledge of business management. 3) The super-convenience stores like 7-11 are also big competitors. 4) There is a lack of funds to develop the business.

Regarding a computer equipment business in the Muang district of the Khon Kaen province, the interesting points include 1) high competition in the market. 2) The producers usually release new models of the equipment. 3) This business has to use lots of funds for investment, so it is difficult to compete against big entrepreneurs. 4) The cost of the good location is high. 5) The process of requesting credit from a financial institution complicated. 6) It is difficult to recruit skillful employees, and the turnover rate is high.

Next is an agricultural equipment enterprise in the Muang district of the Roi-Et province. This is a small enterprise that employs 6 people. According to the interview, 1) agriculturalists will buy equipment depending on the income they have received. 2) The circulation will be higher if the government focuses more on agricultural policy. 3) Employee are often absence, and the turnover rate is high, especially in the harvest season. 4) Due to Thailand's free-trade policy, Chinese products are imported in greater amounts and more cheaply than local products.

For a consumer goods retail shop in the Muang district of the Surin province, the problems include: 1) the lack of business management, so it is difficult to compete against modern shops. 2) There is a lack of funds, and the process of requesting credit from a financial institution is very complicated. 3) The cost of goods is higher than in big retail stores, which may cause a customer to decide to buy at a big store.

The last retail shop is a furniture shop in the Muang district of the Khon Kaen province. The researcher found 1) a high level of competition in the market; 2) a lack of financial support because the size of the enterprise is small, and 3) high product prices compared to the big retail shops.

1.4 SMEs in the service sector

Service enterprise is the general enterprise in Thailand. The researcher interviewed a Thai massage entrepreneur in Nakorn Ratchasima. This business is a small enterprise employing 7 people. 1) The good location is expensive. 2) The employee turnover rate is high, and there is a lack of skillful massagers. 3) There is a high level of competition in the market. 4) There is a lack of funds for business development. 5) The owner operates the business using his/her experiences. This will limit the opportunities to develop the business.

Another example is a Thai massage shop in the Muang district of the Ubon Ratchathani province. The researcher found that 1) the employee turnover rate is high, and there is a lack of skillful massagers. 2) There has been an increase in the number of competitors, especially brand-name entrepreneurs. 3) It is difficult to request credit from a financial institution, and there is a lack support from the government. 4) The good location is expensive.