

ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการ
ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ประสบความสำเร็จ
FACTORS INFLUENCING BUSINESS OPERATION OF
SUCCESSFUL SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESS
ENTERPRISES (SMEs)

จุฑาภรณ์ เสาร์พูล^{1*} และสร้อยณี อุเสนยาง²
Jutaphon Sowpul^{1*} and Saranee U-senyang²

Received Date: February 3, 2022

Revised Date: March 15, 2022

Accepted Date: October 19, 2022

¹ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

² อาจารย์ ดร., หลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

* Corresponding author, e-mail: juta.pnu@gmail.com

บทคัดย่อ

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพราะ SMEs ทำให้เกิดการจ้างงานและการขยายตัวของภาคการผลิตสินค้าและอุตสาหกรรมบริการ การประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจ ต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจหลายด้าน โดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการจะต้องติดตามและทำความเข้าใจเพื่อที่จะได้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ การศึกษาถึงปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ประสบความสำเร็จนั้นมีหลายปัจจัยในที่นี้ผู้เขียนขอเสนอ ปัจจัยด้านการจัดการ(Management) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี (Operation and Technology) ด้านการเงิน (Financing) และรวมไปถึงความสำเร็จของธุรกิจ (SMEs) ในมุมมองด้านการเงิน (Financing) ด้านลูกค้า (Customer) ด้านกระบวนการภายใน (Internal) ด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth) ซึ่งเป็นการประเมินผลความสำเร็จขององค์กรแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard ซึ่งผู้เขียนได้ศึกษา วิเคราะห์อ้างอิงจากแหล่งข้อมูลทางวิชาการต่าง ๆ ประกอบด้วยบทความ วิทยานิพนธ์ และการศึกษาค้นคว้าอิสระ งานวิจัยรวมถึงแหล่งข้อมูลทางสื่อออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต

คำสำคัญ : ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ, ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

Abstract

Small and medium-sized enterprises (SMEs) play an important role in country's economic development because SMEs results in employment and expansion of manufacturing sectors and service industries. To be successful in running a business, entrepreneurs must study business operations requiring knowledge and understanding of many aspects. These days, business operations are facing a rapidly changing environment which entrepreneurs must follow and understand in order to be successful in a business. There are several business factors to study to be successful entrepreneurs; management factors, marketing factors, operational and technology factors, financial factors and also the success of businesses (SMEs) in terms of a financial perspective, customer, internal process and learning and growth. This is a balanced success's assessment of the organization. The author has studied the references from various academic sources such as articles, theses and independent studies, research, and online resources on the Internet.

Keywords: Small and medium-sized business enterprises,
Factors Influencing Business Operation, Business success

1. บทนำ

ธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในโลกแห่งการแข่งขันที่ไร้พรมแดนมีการแข่งขันและมีความรุนแรงมากเนื่องจากมีคู่แข่งมากขึ้น เป็นยุคที่ปลาเร็วกินปลาช้า ธุรกิจจึงต้องตื่นตัวและปรับเปลี่ยนให้ทันกับสถานการณ์และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาด โดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium-sized business enterprises) ซึ่งเป็นภาคธุรกิจที่มีส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจ มีบทบาทในการผลิต การลงทุน และการจ้างงาน จึงเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูแก้ไขปัญหาความยากจน และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจเนื่องจากธุรกิจ SMEs เป็นจุดกำเนิดผู้ประกอบการซึ่งแหล่งก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ให้คนในชุมชนได้ฝึกทำงาน เสริมทักษะ ส่งเสริมประสบการณ์เพื่อก้าวสู่แหล่งกิจการขนาดใหญ่ มีการใช้วัตถุดิบจากในพื้นที่ให้เกิดมูลค่าเพิ่มสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและคนในชุมชนที่เป็นแหล่งวัตถุดิบของ SMEs ซึ่งช่วยป้องกันการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันก็เป็นหน่วยผลิตที่สร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ และในบางรายยังเป็นห่วงโซ่การผลิตชั้นกลางของห่วงโซ่การผลิตในธุรกิจขนาดใหญ่ (นัสนี มะแน, 2562)

การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่รวมถึงการดำเนินธุรกิจด้วย การปรับตัวให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงจึงเป็นทางออกสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและที่กำลังจะเกิดมากขึ้นในอนาคต ล้วนเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้อง

เรียนรู้และเตรียมพร้อมรับมือ ซึ่งความสำเร็จของธุรกิจ ก็คือความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพอใจหรือบรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดไว้ จำเป็นต้องมีการประเมินความสำเร็จในการดำเนินงานเพื่อพิจารณาถึงความสำเร็จในแต่ละด้านตามวัตถุประสงค์และปัจจัยขององค์กร ซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงาน การประเมินองค์กรแบบสมดุลเป็นวิธีหนึ่งในการประเมินผลการดำเนินงานที่ช่วยให้มองเห็นภาพในการดำเนินงานทั้งองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้และสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรได้ การประเมินผลองค์กรแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard เป็นผลงานของศาสตราจารย์ร็อบเบิร์ต แคปแลน (Robert Kaplan) อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และ ดร.เดวิด นอร์ตัน (Dr.David Norton) ที่ปรึกษาด้านการจัดการ การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต แทนที่จะมีมุมมองด้านการเงินเพียงอย่างเดียว เพื่อผลักดันสู่ความสำเร็จในปัจจุบันและอนาคต (เชาวลิต ประสิทธิ์, 2561)

เนื่องจากปัจจุบันมีหลายปัจจัย ที่บ่งบอกได้ว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำเป็นต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างเหมาะสม จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ ปัจจัยด้านการจัดการ (Management) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี (Operation and Technology) ด้านการเงิน (Financing) ที่ผู้เขียนยกมานำเสนอ ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำมาปรับปรุงพัฒนาองค์กรธุรกิจดังกล่าวและเป็นแนวทางในการการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อ่านและผู้สนใจเล็งเห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ในด้านการจัดการ (Management) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี (Operation and Technology) ด้านการเงิน (Financing) ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในมุมมองต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financing) ด้านลูกค้า (Customer) ด้านกระบวนการภายใน (Internal) และด้านการเรียนรู้และเติบโต (Learning and Growth) ซึ่งเป็นการประเมินผลองค์กรแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard ดังที่กล่าวมาข้างต้น

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

การมององค์กรธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างเป็นคนนอกจะทำให้เรามองเห็นภาพใหญ่ และมองเห็นจุดอ่อนของการประกอบกิจการ ดังนั้น ผู้ประกอบกิจการหรือเจ้าของธุรกิจ ควรที่จะศึกษาถึงปัจจัยในการดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ เพื่อประโยชน์ในการขับเคลื่อนธุรกิจไปสู่ความสำเร็จในอนาคต ดังต่อไปนี้

2.1 ปัจจัยด้านการจัดการ

การจัดการ (Management) คือ การทำให้กลุ่มบุคคลในองค์กรเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร การจัดการประกอบด้วย การวางแผน การจัดการองค์กร การสรรหาบุคลากร การนำหรือการสั่งการ และการควบคุมองค์กรหรือความพยายามที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน การจัดการทรัพยากรประกอบด้วย การใช้งานและการจัดวางทรัพยากรบุคคล

ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรเทคโนโลยี และทรัพยากรธรรมชาติ และยังช่วยการบริหารให้กับองค์กรต่าง ๆ ให้เจริญรุ่งเรือง (วิชัย ชัยนาคสิงห์, 2564)

การจัดการ (Management) มีความหมายกว้างขวาง 1) ครอบคลุมถึงหน้าที่ต่าง ๆ ที่กำหนดทิศทางในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร 2) มีจุดมุ่งหมายสู่ความสำเร็จขององค์กรที่มาจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่น ๆ 3) การรักษาไว้ซึ่งสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพการที่องค์กรถูกออกแบบขึ้น พิจารณาในเรื่องสายงานความรับผิดชอบ อำนาจหน้าที่ และการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรนั้น ๆ มีส่วนสำคัญในการทำให้การจัดองค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งจะทำให้กิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กรดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย และให้มุมมองการจัดการไว้ว่า “เป็นกิจกรรมที่มีความสลับซับซ้อน ซึ่งผู้บริหารได้สร้างขึ้น รักษาไว้ และปรับปรุงองค์กรทั้งหลายให้ประสบความสำเร็จ”

การจัดการ (Management) เป็นกระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับคนและทรัพยากรในองค์กร มีขอบเขตครอบคลุมไปสู่เรื่อง การบริหารนโยบาย (Policy) การบริหารอำนาจหน้าที่ (Authority) การบริหารคุณธรรม (Morality) การบริหารที่เกี่ยวข้องกับสังคม (Society) การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Staffing) การอำนวยความสะดวก (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงาน (Reporting) และการงบประมาณ (Budgeting) ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเป็นปัจจัยที่มีส่วนสำคัญต่อการบริหาร” ที่เรียกว่า แฟ้มส์-โพสคอร์บ (PAMS-POSDCORB) (เกษม แก้วสนั่น และเพ็ญศรี ฉิรินัง, 2564)

2.2 ปัจจัยด้านการตลาด

การตลาด (Marketing) เป็นกระบวนการที่ทำให้ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความแตกต่างทางการตลาดซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญของผู้ประกอบการ ซึ่งเห็นได้ว่าในปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุผลนี้ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความแตกต่างเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มต่าง ๆ อีกทั้งมีธุรกิจที่แปลกใหม่เข้ามาอันเนื่องมาจากผลของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี มีลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่มีความต้องการของสินค้าแตกต่างไปจากกลุ่มลูกค้าทั่วไป ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จึงจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถเป็นพิเศษจึงจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในกลุ่มนี้ได้ (พุดिया เพชรคง, พวงเพ็ญ ชูรินทร์, และอรุณ คงรุ่งโชค, 2560)

ส่วนประสมทางการตลาดในอดีตนั้น จะมองแค่ 4P's เป็นเครื่องมือที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ แต่ในปัจจุบันการมองแค่ 4P's คงไม่เพียงพอกับโลกของธุรกิจในปัจจุบันได้ ส่วนประสมการตลาดจึงมีมากกว่า 4P's ไปแล้ว ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและผู้บริโภคนั้นประกอบไปด้วย 1) ผลิตภัณฑ์และบริการ(Product) จะต้องคำนึงถึงคุณภาพของการนำเสนอ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคและเป็นทางเลือกในการตัดสินใจ 2) ราคาสินค้าและบริการ (Price) เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคใช้พิจารณาว่าเหมาะสมกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับกลับมาหรือไม่ 3) การกระจายสินค้า / สถานที่ให้บริการ(Place) การเข้าถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทำเลที่ตั้งและการกระจายสินค้าให้ทั่วถึงเพื่อเป็นการ

อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคได้ง่าย ย่อมก่อให้เกิดผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเช่นกัน 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การได้รับข้อมูลข่าวสารที่กล่าวขานถึงผลิตภัณฑ์และบริการไปในทางบวก ซึ่งหากตรงกับความรู้สึกที่ดีกับผลิตภัณฑ์และบริการอยู่แล้วย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและเป็นแรงจูงใจผลักดันให้ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าและบริการนั้นมากขึ้นไปด้วย 5) การออกแบบบรรจุภัณฑ์และบริการ (Packaging) สินค้าที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงามย่อมมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และการบริการโดยคำนึงถึงความสำคัญของผู้รับบริการเป็นหลักย่อมสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจได้ง่าย 6) สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) การจัดบรรยากาศและสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ประกอบการจะทำให้เกิดความประทับใจและย่อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคและผู้รับบริการอย่างแน่นอน 7) กระบวนการบริการ (Process) เป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคและผู้รับบริการ ประสิทธิภาพของการจัดการระบบส่งผลให้การปฏิบัติงานมีความคล่องตัวและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผู้รับบริการ เช่น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาจัดการในด้านของระบบข้อมูล เป็นต้น (ถนอมพงษ์ พานิช, 2565)

2.3 ปัจจัยด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี

การดำเนินการและเทคโนโลยี (Operation and Technology) การนำเทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงาน ไม่เพียงเพื่อเพิ่มผลผลิตภาพรวมขององค์กร เช่น การลดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการดำเนินงานให้สั้นลงเท่านั้น

แต่เทคโนโลยีได้กลายเป็นเครื่องมือที่สำคัญเชิงกลยุทธ์ ซึ่งช่วยสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันแก่ธุรกิจ นอกจากนี้ การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีของธุรกิจยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในความรู้สึกของผู้บริโภคและผลผลิตที่ได้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นมากกว่าผลรวมของปัจจัยนำเข้า วงจรของการดำเนินการคือการสร้างมูลค่าซึ่งเป็นชุดกิจกรรมที่เกิดตามโซ่มูลค่า ซึ่งกระจายมาจากผู้ขายปัจจัยการผลิตไปยังลูกค้า กิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าจะเป็นความสูญเปล่าควรถูกยกเลิกไป (ณัฐวุฒิ วิเศษ, 2560)

เทคโนโลยีได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดีสามารถผลิตสินค้าและให้บริการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์มาก การดำเนินกิจกรรมทางด้านเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่และกระบวนการผลิตใหม่ โดยรวมถึงการใช้เทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดการปรับปรุงอย่างมากในคุณลักษณะสำคัญของผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตของผู้ผลิตสินค้าและบริการ ความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรที่เหนือกว่าองค์กรอื่นหรือคู่แข่ง และคงความเหนือกว่านั้นได้ในระยะยาว ความยั่งยืนนี้ไม่มีกำหนดว่าเวลาเท่าใด และไม่ได้หมายความว่าความยั่งยืนตลอดไป หากองค์กรใดอยู่ในสถานะของความได้เปรียบในการแข่งขันจะมีความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้ และจะเกิดผลการดำเนินงานที่ดี (รัชตา กาญจนโรจน์, วิจิต อุ๋อัน, และกัลยารัตน์ ชีระธนชัยกุล, 2563)

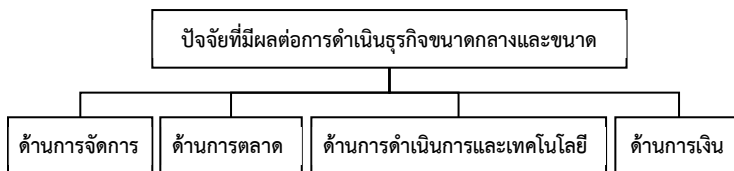
2.4 ปัจจัยด้านการเงิน

การเงิน (Financing) เงินหรือทุน ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจทั้งจากเงินทุนภายในและภายนอก ในทางธุรกิจเงินทุนถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุด เพราะการทำธุรกิจทุกอย่างไม่สามารถดำเนินได้ดีหากขาดทุนใน

การดำเนินงาน กล่าวได้ว่าการทำธุรกิจทุกอย่างจะต้องเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยเงินทุน เพราะจะเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจและปัจจัยต่าง ๆ ให้ดำเนินการไปได้ทั้งในด้านค่าแรงคน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายในการซื้อวัสดุมาใช้ในการทำธุรกิจ หน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหารการเงินอาจจะแตกต่างกันไปบ้างตามลักษณะและขนาดของธุรกิจที่แตกต่างกันในองค์กรธุรกิจทุกขนาดต่างมีความจำเป็นที่จะต้องตัดสินใจในเรื่องสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเงิน โดยมีหน้าที่หลักด้านการเงิน 3 ประการ ประการแรกการคาดการณ์ถึงความต้องการเงินทุนเป็นเรื่องของการวิเคราะห์วางแผน ประการที่สองการจัดหาเงินทุนมาบอกให้รู้ว่าการจะหาเงินทุนมาใช้จ่ายตามที่ต้องการเมื่อใด ด้วยวิธีการใด ประการที่สาม การจัดสรรเงินลงทุนไปในธุรกิจ โดยจะต้องให้ความสำคัญระหว่างความสามารถในการทำกำไรและสภาพคล่องของกิจการ การมุ่งเป้าไปที่การพัฒนา เงินจึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดเพื่อให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (ณัฐวุฒิ วิเศษ, 2560)

สภาพคล่องทางการเงิน (Liquidity หรือ Financial Liquidity) หมายถึงความสามารถของธุรกิจ ในการชำระหนี้ระยะสั้น (Current Liabilities) ซึ่งมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการจัดหาเงินสดที่เพียงพอต่อความต้องการในการดำเนินธุรกรรมทางการค้า การลงทุนโครงการต่าง ๆ และในกรณีที่ธุรกิจเกิดสถานการณ์วิกฤตสภาพคล่องทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจ การล่มสลายของหลาย ๆ ธุรกิจที่เกิดขึ้น สาเหตุส่วนใหญ่จะเกิดจากปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน ดังจะเห็นได้จากกิจการที่ปิดตัวลง หรือมีปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงินจะมึงบการเงินปกติ ไม่ได้ส่งสัญญาณบ่งบอกให้ทราบว่าการกำลังมีปัญหามาก่อนแต่อย่าง

ใด โดยงบประมาณยังแสดงให้เห็นว่าธุรกิจมีความสามารถในการสร้างผลกำไร และมีกำไรสะสมอยู่จำนวนมาก แต่สาเหตุสำคัญที่ทำให้กิจการเหล่านั้นต้องปิดกิจการลงจะมาจากเหตุผลเดียวกัน คือกิจการประสบปัญหาขาดสภาพคล่องทางการเงิน ไม่มีกระแสเงินสดและทุนหมุนเวียนเพียงพอในการดำเนินกิจการ ขาดความเชื่อถือจากคู่ค้าและสถาบันการเงิน ทำให้ไม่สามารถชำระค่าสินค้าหรือไม่สามารถคืนเงินกู้ระยะสั้นให้กับเจ้าหนี้ได้ จนถูกฟ้องร้องและถูกขึ้นบัญชีดำ ทำให้ไม่มีเงินทุนหมุนเวียนในการนำมาใช้ในการดำเนินงานอีกต่อไป เพื่อไม่ให้ธุรกิจต้องเผชิญกับปัญหาด้านสภาพคล่องทางการเงิน ธุรกิจจึงต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ทางการเงิน และเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการเงินค่า ธุรกิจต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญคือ การรักษาระดับอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ที่เหมาะสมกับประเภทธุรกิจ ความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุนระยะยาว และการเพิ่มขึ้นของกระแสเงินสด รวมทั้งการจัดวางระบบบริหารงานที่เหมาะสม จะมีความสำคัญยิ่งต่อกิจการในมุมมองที่ช่วยประกันความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อให้มั่นใจว่าระบบบริหารความเสี่ยงด้านสภาพคล่องทางการเงินที่จัดวางมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับนโยบายของกิจการ ขนาดของธุรกิจ และลักษณะของการดำเนินงานที่เป็นทางคำปกติของกิจการ และสถานะความเสี่ยงที่ธุรกิจประสบอยู่ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต โดยวิธีการบริหารความเสี่ยงสภาพคล่องทางการเงินมีหลายวิธี ได้แก่ การจัดทำประมาณการกระแสเงินสด การบริหารเงินทุนหมุนเวียนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด การจัดวงเงินสำหรับเงินทุนหมุนเวียนให้เพียงพอเมื่อขยายเติบโตขึ้น การเตรียมความพร้อมในการจัดหาแหล่งเงินทุน และการเตรียมเงินสำรองด้านสภาพคล่องทางการเงิน (สุภัทร ฐะธรรมานนท์ และไพรัช พรพันธ์เดชวิทยา, 2563)



รูปที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

3. ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ความสำเร็จของธุรกิจ คือ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพอใจหรือบรรลุเป้าหมายตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ จำเป็นต้องมีการประเมินความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อพิจารณาถึงความสำเร็จในแต่ละด้านตามวัตถุประสงค์และปัจจัยขององค์กรซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงาน การประเมินองค์กรแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard เป็นการประเมินผลขององค์กรประกอบด้วย 4 มุมมอง ดังต่อไปนี้ (วารุณี กุลรัตนวิจิตร, 2560)

1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ตัวชี้วัดความสำเร็จที่มีต่อการปฏิบัติงานและนโยบายจากส่วนที่กระจายไปสู่ระดับต่าง ๆ เพื่อนำไปปฏิบัติ โดยมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขึ้นของรายได้การเพิ่มขึ้นของกำไรและการลดต้นทุนให้ต่ำลง ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1.1) ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) ตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้จากสินค้าและบริการใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด หรือกำไรสุทธิจากสินค้าและบริการใหม่ การเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ากลุ่มใหม่ เป็นต้น

1.2) ด้านการลดลงของต้นทุน (Cost Reduction)

ตัวชี้วัดที่สำคัญคือ การลดลงของต้นทุนต่อหน่วยตัวชี้วัด ได้แก่ ต้นทุนต่อหน่วยที่ลดลง ต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตที่ลดลง หรือต้นทุนต่อพนักงานที่ลดลง เป็นต้น

2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้า ภาพลักษณ์ กระบวนการตลาด การจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ การรักษาฐานลูกค้าเดิม การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด ลูกค้าใหม่ รักษาฐานลูกค้าเก่า

3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective) หมายถึง การค้นหาและพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ รวมไปถึงการจัดโครงสร้างองค์กรที่มีการประสานงานภายในองค์กร และการจัดการด้านสายการผลิตที่มีประสิทธิภาพ พนักงานมีทักษะ และมีคุณภาพการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นกิจการจึงต้องดำเนินการในกระบวนการต่าง ๆ ทั้ง 3 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการนวัตกรรม กระบวนการดำเนินการ และกระบวนการบริการหลังการขาย โดยกระบวนการภายในที่จะสร้างความพอใจให้กับลูกค้า จะต้องค้นหาความต้องการของลูกค้าที่แท้จริง เพื่อนำไปสู่กระบวนการนวัตกรรม การกำหนดตลาดเป้าหมายและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สนองตอบต่อความต้องการของลูกค้า และนำเข้าสู่กระบวนการดำเนินการเพื่อทำการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ สุดท้ายเป็นกระบวนการหลังการขาย ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้ถ้ากิจการทำได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้

4) มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) เป็นมุมมองสุดท้ายภายใต้ Balanced Scorecard

แต่เป็นมุมมองที่มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นมุมมองที่ให้ ความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร และถ้าขาดมุมมองนี้ไปจะทำให้ไม่สามารถ บรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองอื่น ๆ ข้างต้นมุมมองนี้องค์กรจะต้อง พิจารณาว่าในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน ด้าน ลูกค้า และด้านกระบวนการภายในองค์กรจะต้องมีการเรียนรู้และพัฒนาและ เตรียมตัวอย่างไรบ้าง โดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองแห่งนี้จะ แบ่งเป็น 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ ด้านเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ด้านเกี่ยวกับระบบข้อมูลสารสนเทศ และด้านเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ระบบแรงจูงใจ และโครงสร้างองค์กรภายใต้วัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับด้าน ทรัพยากรบุคคลในองค์กรนั้นมีพื้นฐานมาจากการพิจารณาว่า อันที่จะบรรลุ วัตถุประสงค์ในมุมมองอื่น ๆ นั้นมีบุคลากรภายในองค์กรเป็นปัจจัยที่มี ความสำคัญที่สุด โดยพิจารณาวัตถุประสงค์ในด้านทรัพยากรบุคคล ดังนี้

4.1) ทักษะ ความสามารถของพนักงาน (Skills) เป็นการพิจารณาว่ามีพนักงานที่มีทักษะในด้านนั้น ๆ เพียงพอหรือยัง

4.2) ทศคติและความพึงพอใจของพนักงาน (Attitude and Employee satisfaction) ซึ่งจะวัดด้วยการสำรวจทัศนคติของพนักงาน

4.3) อัตราการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน (Turnover) ซึ่งจะวัดโดยพิจารณาจากอัตราการเข้าออกของพนักงาน

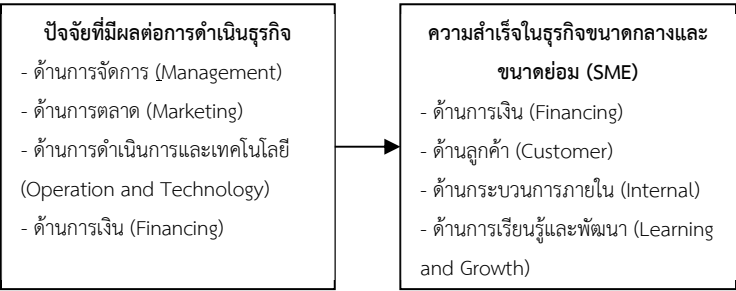
การประเมินองค์กรแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard มาวัด ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้น จะช่วยให้ผล การดำเนินขององค์กรดีขึ้น ทำให้องค์กรมุ่งมั่นและให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ ขององค์กรมากขึ้น และเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่

การปฏิบัติ ช่วยในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและวัฒนธรรมขององค์กรโดยอาศัยการกำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมาย ทำให้พนักงานเกิดการรับรู้และเข้าใจว่างานแต่ละอย่างมีที่มาที่ไป อีกทั้งผลงานตนเอง จะส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้อื่นและองค์กรอย่างไร (ศิริญา ตั้งณมิตร, 2558)



รูปที่ 2 ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ดังนั้น ผู้เขียนสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) ได้ดังนี้



รูปที่ 3 ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

โดยใช้การประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard มาใช้ในการวัดความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในมุมมอง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financing) ด้านลูกค้า (Customer) ด้านกระบวนการภายใน (Internal) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth)

4. บทสรุป

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดการ (Management) ด้านการตลาด (Marketing) ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี (Operation and Technology) และด้านการเงิน (Financing) ที่ผู้เขียนได้ศึกษาและขอสรุปสาระสำคัญในแต่ละด้านดังนี้

ด้านการจัดการ (Management) ควรมีการวางแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามขั้นตอน เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันไม่สามารถควบคุมได้ การวางแผนการดำเนินงานให้เป็นไปตามขั้นตอนจะช่วยแก้ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ (SMEs) ได้อย่างทันที่

ด้านการตลาด (Marketing) ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและน่าสนใจให้ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภค โดยสินค้านั้นจะต้องกระจายทั่วถึงกลุ่มผู้บริโภค รวมถึงหาตลาดส่งเสริมผลักดันให้ธุรกิจ (SMEs) สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านการดำเนินการและเทคโนโลยี (Operation and Technology) ควรมีการจัดอบรมความรู้ความสามารถในการบริหารงานของพนักงานในระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารองค์กรเพื่อผลิตสินค้าและบริการ ให้มี

คุณภาพทันต่อความต้องการของลูกค้า และเมื่อเกิดปัญหาขัดข้องทางด้านเทคโนโลยี จะสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างรวดเร็ว

ด้านการเงิน (Financing) ควรหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนให้เหมาะสมและสามารถตรวจสอบและควบคุมได้ พร้อมทั้งแนะนำการแก้ปัญหาเพื่อการจัดการวางแผนโครงสร้างทางการเงินที่เหมาะสม

ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนี้มีความซับซ้อนมากขึ้นเป็นการยากที่จะทราบว่าในอนาคตจะมีปัญหาอะไรเกิดขึ้นบ้าง ดังนั้น องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยในการดำเนินธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นเพื่อนำไปสู่การประสบความสำเร็จที่ยั่งยืนต่อไป โดยใช้การประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard มาใช้ในการวัดความสำเร็จในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในมุมมอง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financing) ด้านลูกค้า (Customer) ด้านกระบวนการภายใน (Internal) และด้านการเรียนรู้ และพัฒนา (Learning and Growth) (สุกัญญา ศิริโท, 2559)

ดังนั้น ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับนโยบายการช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อาทิ 1) การเสริมสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้และทักษะในการบริหารจัดการธุรกิจ มีการกำหนดแผนและเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน รวมทั้งเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาด 2) การเพิ่มผลผลิตภาพ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมการใช้ทรัพยากรในกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิตในระยะยาวและ 3) การจัดหาแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถต่อยอดธุรกิจ และปรับปรุงพัฒนากิจการให้ดีขึ้น (จิตาภา สงครามภู และสาธิต อติโต, 2558)

5. เอกสารอ้างอิง

- เกษม แก้วสนั่น และเพ็ญศรี ฉิรินัง. (2564). “การจัดการองค์การไปสู่ความสำเร็จ”. *วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์*. 6(4), 88.
- จิตาภา สงครามภู และสาธิต อติโต. (2558). “ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจการเกษตรขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดขอนแก่น”. *วารสารแก่นเกษตร*. 43(3), 534.
- เชาวลิต ประสิทธิ์. (2561). *ปัจจัยภายนอกที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ประทุมธานี.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2560). “ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จังหวัดนนทบุรี”. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*. 9(1), 18.
- ถนอมพงษ์ พานิช. (2565). “ปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารญี่ปุ่นในซอยสุขุมวิท 55 เขตกรุงเทพมหานคร”. *วารสารรัชต์ภาคย์*. 16(45), 284-285.
- นัสรี มะแน. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.
- พุดิยา เพชรคง, พวงเพ็ญ ชูรินทร์, และอรุณ คงรุ่งโชค. (2560). “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการดำเนินงานกับค่าใช้จ่ายของธุรกิจ

- การผลิตในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัด
สุราษฎร์ธานี”. *วารสารวิทยาการจัดการ*. 4(2), 1574.
- วารุณี กุลรัตน์วิจิตร. (2560). *ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อ
การดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภท
บริการ)*. (การศึกษาค้นคว้าอิสระวิทยาศาตร์มหาบัณฑิต). สาขา
การบริหารเทคโนโลยี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- วิชัย ชัยนาคสิงห์. (2564). *หลักการจัดการ*. สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2564,
จาก <https://www.gotoknow.org/posts/345600>
- รัชตา กาญจนโรจน์, วิจิต อุ๋อัน, และกัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล. (2563).
“ปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ และ
ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมภาคการผลิตของประเทศไทย”. *วารสารสถาบันวิจัย
และพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 7(2), 285.
- ศิริญา ตังณมิตร. (2558). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. (วิทยานิพนธ์
ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- สุกัญญา ศิริโท. (2559). *ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจ
(SME) ในจังหวัดปทุมธานี*. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- สุภัทร ธรรมธรรมานนท์ และไพรัช พรพันธ์เดชวิทยา. (2563). “แนว
ทางการบริหารสภาพคล่องทางการเงินในภาคธุรกิจอุตสาหกรรม
ของประเทศไทย”. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*. 14(1), 295-296.