

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

The Key Success Factors for Small and Medium Enterprises in Muang Hadyai, Songkha Province

ชุตินา หวังเบญญะหมัด^[1] และ ธนัชชา บินดุหลีม^[2]

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง (2) ปัจจัยธุรกิจ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs (3) อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของธุรกิจ SMEs ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจาก SMEs ในเขตอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา ประจำปี พ.ศ. 2550 จำนวน 1,030 กิจการ โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 280 กิจการ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) และการถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ 1) ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs พบว่า ด้านปัจจัยภายใน ภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) โดย

^[1] ดร.ชุตินา หวังเบญญะหมัด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

^[2] นางสาวธนัชชา บินดุหลีม สาขาการตลาด วิทยาลัยเทคโนโลยีหาดใหญ่อานวยวิทย

พบว่า ระบบบุคลากรมีความสำคัญมากที่สุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.11$) ด้านปัจจัยภายนอกในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) โดยพบว่า ระบบเทคโนโลยีมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ ($\bar{X} = 4.10$) 3) ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) โดยพบว่า ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมา คือ ความมั่นคงของกิจการ ($\bar{X} = 3.96$) และการมีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.95$) 2) ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบการเงิน และระบบบุคลากร สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านความมั่นคงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย 0.486 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับความมั่นคง ยกเว้น ระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางลบกับความมั่นคง (1) ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า และระบบการตลาด สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถือได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการ SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย 0.367 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการยอมรับนับถือ (2) ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร ระบบการบริหาร และการจัดการ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการมีชื่อเสียงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .001 โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย 0.426 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการมีชื่อเสียง ยกเว้น ระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางลบกับการมีชื่อเสียง

คำสำคัญ : ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกทางธุรกิจ ความสำเร็จของการประกอบการ SMEs

Abstract

The objectives of the study was to 1) determine SMEs success with divided into three dimensions : (1) the stability of business, (2) the business acceptance and (3) the reputation of business 2) determine the business factors in internal factors such as human resource management,

financial management, marketing management, and business management & administration, and external factors such as customer, competition, economics, political and laws, and technology that important for SMEs success and 3) determine the business factors in internal factors and external factors that influencing SMEs success. The data was collected by questionnaires from small - medium sized business in Muang Hadyai, Songkhla Province that registered in 2007 with Department of Business Development in Songkhla. There were totally 1,030 enterprises, a simple random sampling technique was used in the study and the sample size was 280 enterprises. Analytical statistics used were descriptive statistics and stepwise multiple regression analysis. The results were as follows : 1) the important of internal business factors on business success were in the high level ($\bar{X} = 3.81$) and the human resource management was the internal business factors that had the highest mean level ($\bar{X} = 4.11$). External business factors were important for business success in the high level ($\bar{X} = 3.89$) and technology was the external business factors that had the highest mean level ($\bar{X} = 4.11$). 2) the level of SMEs success was in the high level ($\bar{X} = 3.97$) 1) which can be arranged from high to low as follows: the business acceptance ($\bar{X} = 3.98$) 2) the stability of business ($\bar{X} = 3.96$), and 3) the reputation of business ($\bar{X} = 3.95$). (3) marketing management, customer, technology, financial management, human resource management could predict SMEs success in stability of business at a significance level of .001 at $R^2 = 0.486$. All factors were positively related to the stability of business except human resource management that was negatively related to the stability of business (1) business management and administration, customer, and marketing management could predict SMEs success in business acceptance at a significance level of .001 at $R^2 = 0.367$ and all factors were positively related to the stability of business (2) marketing management, customer, human resource management, and business management & administration could predict SMEs success in reputation of business at a

significance level of .001 at $R^2 = 0.426$. All factors were positively related to the reputation of business except human resource management that was negatively related to the reputation of business.

Keyword : Internal and External Business Factors, SMEs Success

บทนำ

ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤตการณ์ทางการเมืองและการชะลอตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศส่งผลทำให้เกิดการหดตัวของภาคการบริโภคนการลงทุนของภาคเอกชนไม่ขยายตัว ประกอบกับตลาดส่งออกสำคัญของไทย ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่นประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจ มีผลทำให้คำสั่งซื้อลดลง กำลังการผลิตจึงลดลงตามไปด้วย แต่ธุรกิจที่ยังสามารถยั่งยืนและเป็นรากฐานที่สำคัญให้กับเศรษฐกิจในประเทศ คือ ธุรกิจ SMEs ซึ่งเป็นรากฐานให้กับเศรษฐกิจของประเทศร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศก่อให้เกิดการจ้างงานร้อยละ 77 การสร้างมูลค่าเพิ่มเฉลี่ยร้อยละ 39 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และมีมูลค่าการส่งออกโดยตรงคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29 ของมูลค่าการส่งออก (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2552 : 2) รัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจ SMEs จึงมีนโยบายในการส่งเสริมและผลักดันให้ SMEs มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น โดยมีแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555 - 2559) ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตอย่างสมดุลตามศักยภาพของพื้นที่ ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างศักยภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เชื่อมโยงเศรษฐกิจระหว่างประเทศภายใต้วิสัยทัศน์ที่ว่า “พัฒนาศักยภาพ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้เติบโตอย่างสมดุลยั่งยืน เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย” (ทิศทางเศรษฐกิจไทย ฉบับที่ 3. 2555 - 2559)

ปัจจุบัน SMEs มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมาก ซึ่งมีจำนวน SMEs ทั้งประเทศ ถึง 2.65 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.8 ของ SMEs ทั้งหมด มีการจ้างงานจำนวน 11 ล้านราย หรือร้อยละ 83.9 ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีมูลค่าการส่งออก

2.07 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 29.9 ของมูลค่าการส่งออกทั้งประเทศ และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจไม่น้อยกว่า 3.86 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 36.6 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สถิติข้างต้นจะเห็นได้ว่า SMEs มีบทบาทต่อภาคธุรกิจไทยเป็นอย่างดี (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2554 - 2555) แต่จากการสำรวจติดตามกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของหน่วยงานภาครัฐในปี พ.ศ. 2554 โดยบริษัท SMEs development and consultant พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน 100 ราย จะมีเพียงไม่ถึง 5 % ที่ประสบความสำเร็จ ส่วนที่เหลือล้มเลิกกิจการในที่สุดโดยมีอายุในการดำเนินงานไม่เกิน 1 - 2 ปี สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้ทำการประเมินสถานการณ์เศรษฐกิจ SMEs ไทย ปี พ.ศ. 2554 เปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2553 พบว่ามีจำนวน SMEs ที่ยกเลิกกิจการจำนวน 6,663 กิจการเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.23 หรือเฉลี่ย 666 รายต่อเดือน เพื่อให้ SMEs ที่เป็นแกนหลักให้กับระบบธุรกิจและเศรษฐกิจไทย สามารถยืนหยัดอยู่ได้ในสภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจถดถอยชะลอตัว ผู้ประกอบการ SMEs จึงต้องมีวิธีการปรับตัวด้านการบริหาร การจัดการ การตลาด เพื่อรักษากิจการให้อยู่รอด (ประชาชาติธุรกิจ ออนไลน์. 2556) จากงานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของ SMEs ในประเทศไทยของ จุฑามาศ จิตติถาวร และคณะ (2554) โดยศึกษาปัจจัยด้าน 1) คุณลักษณะของ SMEs 2) การบริหารจัดการ และนวัตกรรม 3) สินค้าและบริการ 4) ลูกค้าและตลาด 5) วิธีการทำธุรกิจและความร่วมมือทางธุรกิจ 6) ทรัพยากรและการเงิน 7) กลยุทธ์และสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความสำเร็จ SMEs ทางด้านการตลาด โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของ SMEs ทางด้านการตลาดได้ร้อยละ 53.30

ดังนั้น จึงเป็นมูลเหตุให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาวิจัยว่ายังมีปัจจัยทางด้านธุรกิจใดอีกบ้างที่มีความสำคัญและส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ที่สำคัญงานวิจัยยังศึกษาความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ที่นอกเหนือจากทางด้านการตลาด คือ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง ที่เป็นการเติบโตทางธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยเลือกศึกษาในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ เพราะในเขตพื้นที่หาดใหญ่เป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ การคมนาคมการท่องเที่ยว และการจ้างงาน ซึ่งมีธุรกิจ SMEs ประเภทธุรกิจค้าขาย ธุรกิจบริการ และธุรกิจการผลิตจำนวนมาก เพื่อเป็นแนวทางให้ SMEs ดังกล่าวได้ปรับตัวเพื่อรักษากิจการให้อยู่รอด และสร้างความมั่นคงทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 1) ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง 2) ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs 3) เพื่อศึกษาอำนาจพยากรณ์ของปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ประชากรที่ทำการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ SMEs ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอาศัยข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้า จังหวัดสงขลาในปี พ.ศ. 2550 โดยการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เงินทุนจดทะเบียนไม่เกิน 200 ล้านบาท แบ่งได้ 3 ประเภทคือ (1) ภาคการผลิต มีการจดทะเบียนจำนวน 66 กิจการ (2) ภาคการค้า มีการจดทะเบียนจำนวน 424 กิจการ และ (3) ภาคการบริการ มีการจดทะเบียนจำนวน 540 กิจการ ทั้งหมดจำนวน 1,030 กิจการ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 280 กิจการ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ประกอบด้วย

(1) คำถามเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางธุรกิจ โดยแบ่งเป็นปัจจัยภายใน ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด และระบบการบริหารการจัดการ ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 41 ข้อ

(2) คำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ได้แก่ ความมั่นคงของกิจการ ความยอมรับนับถือ และความมีชื่อเสียง มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 12 ข้อ

โดยกำหนดตัวเลขมาตรวัดประมาณค่า มี 5 ระดับ กำหนดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่แสดงระดับความมากน้อยดังนี้

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

- ระดับที่ 5 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ระดับที่ 4 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
ระดับที่ 3 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ระดับที่ 2 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
ระดับที่ 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) พบว่า (1) ระบบบุคลากร $\alpha = .708$ (2) ระบบการเงิน $\alpha = .894$ (3) ระบบการตลาด $\alpha = .844$ (4) ระบบการบริหารการจัดการ $\alpha = .700$ (5) ระบบลูกค้า $\alpha = 0.730$ (6) ระบบการแข่งขัน $\alpha = .811$ (7) ระบบระบบเศรษฐกิจ $\alpha = .750$ (8) ระบบการเมืองและกฎหมาย $\alpha = .738$ (9) ระบบเทคโนโลยี $\alpha = .774$ (10) ด้านความมั่นคงของกิจการ ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ $\alpha = .735$ (11) ด้านการยอมรับนับถือ $\alpha = .808$ (12) ด้านการมีชื่อเสียง $\alpha = .870$

ผู้วิจัยและนักศึกษาช่วยวิจัยดำเนินการเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self - Administration) โดยเดินทางไปยังที่ตั้งของธุรกิจ ตามรายชื่อและที่อยู่ที่ได้จากสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา ในการนี้สามารถเก็บคืนแบบสอบถามได้ครบ 280 ชุด

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

ลักษณะของธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวร้อยละ 36.1 และห้างหุ้นส่วนร้อยละ 35.40 มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 10 คน ร้อยละ 63.60 ปัจจัยทางธุรกิจที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs พบว่าด้านปัจจัยภายใน ในภาพรวมอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า (1) ระบบบุคลากร ได้แก่ ความรู้ของบุคลากร ความสามารถของบุคลากร ความขยันทำงานของบุคลากร และความมีวินัยของบุคลากร มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.11 (2) ระบบการบริหารการจัดการ ได้แก่ มีการวางแผนการดำเนินงานที่ดี ความสามารถ

ในการสั่งการ และการประเมินผลในการดำเนินงาน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 (3) ระบบการตลาด ได้แก่ คุณภาพสินค้า การตั้งราคา ท่าเลที่ตั้งของกิจการ ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม และพนักงานขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 (4) ระบบการเงิน ได้แก่ มีเงินทุนไม่เพียงพอไม่สามารถกู้เงินจากสถาบันการเงิน ขาดการวางแผนทางการเงิน และขาดความรู้ด้านการวางแผนการเงิน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15 สำหรับปัจจัยภายนอก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า 1) ระบบเทคโนโลยี ได้แก่ ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี ประสิทธิภาพของเทคโนโลยี และต้นทุน ด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 4.10 (2) ระบบลูกค้า ได้แก่ การวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อของลูกค้า และสินค้าตรงกับความต้องการของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการบริการมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 (3) ระบบการเมืองและกฎหมาย ได้แก่ การส่งเสริมการลงทุนในดำเนินธุรกิจ SMEs ของภาครัฐบาล กฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs การเปลี่ยนแปลงของรัฐบาลมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (4) ระบบการแข่งขัน ได้แก่ จำนวนของคู่แข่งชั้น ผลិតภัณฑ์ของคู่แข่งชั้น การตั้งราคาของคู่แข่งชั้น และการส่งเสริมการขายของคู่แข่งชั้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (5) ระบบเศรษฐกิจ ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่อผู้ประกอบการ SMEs ภาวะเศรษฐกิจและนโยบาย และมาตรการการส่งเสริมเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74

ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ความสำเร็จของธุรกิจ SMEs มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยความสำเร็จด้านการยอมรับนับถือ ได้แก่ การยอมรับจากลูกค้า การยอมรับจากเพื่อนร่วมธุรกิจ และการยอมรับจากสังคม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ 3.98 รองลงมา คือ ความมั่นคงของกิจการ ได้แก่ มีความมั่นคงด้านกำไร มีความมั่นคงด้านบุคลากร มีบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และการมีชื่อเสียง ได้แก่ ชื่อเสียงของกิจการ ชื่อเสียงทีมงานบริหารงาน ชื่อเสียงของคุณภาพของสินค้า และมีภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ตัวแปรที่สามารถนำมาเป็นตัวพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านความมั่นคงของกิจการ คือ ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบการเงิน และระบบบุคลากร ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.697 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และค่าอำนาจการทำนาย R^2 เท่ากับ 0.486 ซึ่งหมายความว่าระบบการตลาด

ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบการเงิน และระบบบุคลากร เป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านความมั่นคงของกิจการได้ร้อยละ 48.6 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางเดียวกันกับความมั่นคง ยกเว้น ระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับความมั่นคง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยทางธุรกิจกับความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านความมั่นคง

ตัวแปรพยากรณ์	B	Standard Error	Beta	t	sig
ค่าคงที่	.913	.235		3.891	.000
ระบบการตลาด	.449	.060	.466	7.505	.000***
ระบบลูกค้า	.258	.061	.253	4.231	.000***
ระบบเทคโนโลยี	.163	.049	.169	3.316	.001***
ระบบการเงิน	.066	.028	.105	2.343	.020*
ระบบบุคลากร	-.151	.073	-.128	-2.062	.040*
F = 51.760*** R = .697 R ² = .486 R ² adj. = .476 Std.Err. = .440					

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตัวแปรที่สามารถนำมาเป็นตัวพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถือ คือ ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า และระบบการตลาด ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.606 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และค่าอำนาจการทำนาย R² เท่ากับ 0.367 ซึ่งหมายความว่า ระบบการบริหารการจัดการระบบลูกค้า และระบบการตลาด เป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถือได้ร้อยละ 36.7 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยทางธุรกิจกับความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถือ

ตัวแปรพยากรณ์	B	Standard Error	Beta	t	sig
ค่าคงที่	.894	.250		3.572	.000***
ระบบบริหารการจัดการ	.307	.077	.260	3.973	.000***
ระบบลูกค้า	.234	.068	.219	3.455	.001***
ระบบการตลาด	.224	.070	.224	3.392	.001***
F = 53.272*** R = .606 R ² = .367 R ² adj. = .366 Std.Err. = .519					

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001, ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตัวแปรที่สามารถนำมาเป็นตัวพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการมีชื่อเสียงของกิจการ คือ ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร และระบบการบริหารจัดการ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.653 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และค่าอำนาจการทำนาย R² เท่ากับ 0.426 ซึ่งหมายความว่า ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร และระบบการบริหารจัดการ เป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการมีชื่อเสียงของกิจการได้ร้อยละ 42.6 โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางเดียวกันกับการมีชื่อเสียงของกิจการ ยกเว้นระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับการมีชื่อเสียงของกิจการ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างปัจจัยทางธุรกิจกับความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการมีชื่อเสียงของกิจการ

ตัวแปรพยากรณ์	B	Standard Error	Beta	t	sig
ค่าคงที่	.979	.279		3.509	.001***
ระบบการตลาด	.495	.075	.451	6.579	.000***
ระบบลูกค้า	.337	.074	.290	4.558	.000***
ระบบบุคลากร	-.274	.088	-.204	-3.112	.002***
ระบบบริหารการจัดการ	.196	.081	.155	2.427	.016*
F = 51.077*** R = .653 R ² = .426 R ² adj. = .418 Std.Err. = .532					

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1) ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของธุรกิจ SMEs ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของ SMEs พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับด้านปัจจัยภายใน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยแวดล้อมภายในธุรกิจ ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด และระบบการบริหารการจัดการทุกด้าน อยู่ในระดับมาก โดยระบบบุคลากรและระบบการบริหารการจัดการ มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา ต่ออุดม (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารการจัดการ มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs มากที่สุด อันประกอบไปด้วยการวางแผนในการดำเนินงาน ความสามารถวางแผนทางการเงิน การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร นำความรู้และข้อมูลข่าวสารมาใช้ในการบริหารการจัดการ และปัจจัยบุคลากร เพราะบุคลากรเป็นตัวขับเคลื่อนในการดำเนินงานที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและงานวิจัยของ นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศน์ และคณะ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยศึกษา 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ (2) ปัจจัยเกี่ยวกับกลุ่ม (3) ปัจจัยเกี่ยวกับชุมชน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารธุรกิจ ได้แก่ การบริหารการจัดการ ซึ่งประกอบไปด้วยการวางแผน การจัดบุคลากร การสั่งการ การควบคุมการทำงาน และการประเมินผลการทำงาน ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และรักพงษ์ เสง์เจริญ (2546 : 32 - 36) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยและคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าผู้ประกอบการที่มีความสามารถทางด้าน (1) การจัดการ (2) ด้านการตลาด (3) การจัดการภายในองค์กร (4) การจัดการทรัพยากรบุคคล (5) การจัดการด้านการเงิน มีความสำคัญต่อการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับธุรกิจ ทั้งนี้เพราะองค์กรธุรกิจในแต่ละขนาดต้องอาศัยเทคนิคการบริหารและการจัดการที่แตกต่างกันไป ด้านปัจจัยภายนอก ได้แก่ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยี ภาพรวม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs อยู่ในระดับมาก เหตุผลเพราะปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) นับได้

ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จของ SMEs ทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น การปรับตัวของ SMEs ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงถือเป็นความท้าทายสำหรับกลุ่ม SMEs เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน ลดอุปสรรคต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว และช่วยในการกำหนดนโยบายตลอดจนกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจอย่างเหมาะสมต่อไป (SME Thailand. 2557)

2) ความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$) โดยพบว่า ความสำเร็จด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมา คือ ความมั่นคงของกิจการ ($\bar{X} = 3.96$) และการมีชื่อเสียง ($\bar{X} = 3.95$)

3) ตัวพยากรณ์ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านความมั่นคงของกิจการ คือ ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบการเงิน และระบบบุคลากร เป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้านความมั่นคงของกิจการได้ร้อยละ 48.6 โดยที่ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี และระบบการเงินส่งผลในทิศทางเดียวกันกับความมั่นคง ยกเว้น ระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับความมั่นคง เหตุผล คือ ปัจจัยด้านการตลาด ลูกค้า เทคโนโลยี และการเงิน สามารถสร้างความมั่นคงทางด้านกำไรให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่สำหรับด้านบุคลากรนั้น อาจจะเห็นผลในระยะยาวในการที่สามารถทำกำไรให้กับบริษัท ซึ่งคงจะไม่ใช้ในธุรกิจที่เพิ่งดำเนินกิจการที่ไม่ถึง 3 ปี เช่น กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของงานวิจัยนี้ที่จดทะเบียนจัดตั้งในปี พ.ศ. 2550 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ จุฑามาศ และคณะ (2554 : 180 - 184) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยด้านลูกค้าและตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของ SMEs คิดเป็นร้อยละ 33.5 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพาวดี สมบูรณ์กุล (2555) ได้ศึกษาเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน ระบบการจัดการของ SMEs ประเภทอุตสาหกรรมในภาคใต้ พบว่า ผู้ประกอบการพบว่า ความสำเร็จของธุรกิจมาจากการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินงานในปัจจุบัน จะช่วยสร้างศักยภาพทางการแข่งขัน โดยนำมาใช้กับกิจกรรมการผลิตและการควบคุมสินค้า กิจกรรมการบัญชีในการบันทึกบัญชีและกิจกรรมการเงิน ซึ่งจะเห็นได้ว่า กิจกรรม

ทั้ง 3 กิจกรรม มีความต้องการข้อมูลพื้นฐานประกอบการดำเนินธุรกิจที่สำคัญ การมีโปรแกรมสำเร็จรูปที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมดังกล่าว ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการดำเนินงานของธุรกิจลดต้นทุนและก่อให้เกิดผลกำไรเพิ่มขึ้น

4) ตัวพยากรณ์ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือ คือ ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า และระบบการตลาด เป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการยอมรับนับถือได้ร้อยละ 36.7 เหตุผล คือ เมื่อองค์กรมีความสามารถทั้งในด้านการบริหารจัดการ การตลาดในการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า การผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ก็จะเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับทั้งจากลูกค้า และสังคม ดังเช่นที่ Sulin & Wayne (2008) กล่าวว่า ยิ่งบริษัทสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้ามากเท่าไร ยิ่งทำให้ลูกค้ายอมรับในตัวบริษัทมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ คำรณ ศรีน้อย และอนงค์ รุ่งสุข (2548) ศึกษาเรื่องการยอมรับของผู้บริโภคต่อไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาด มีนัยสำคัญทางสถิติต่อการยอมรับของผู้บริโภค คือ การที่มีสินค้าสนองความต้องการของผู้บริโภคตลอดเวลารวมทั้งบรรยากาศภายในไฮเปอร์มาร์เก็ต และสื่อในการโฆษณา ทำให้เกิดการยอมรับของผู้บริโภคในการใช้บริการ

5) ตัวพยากรณ์ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียง คือ ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร และระบบการบริหารการจัดการเป็นตัวพยากรณ์ที่สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการมีชื่อเสียงได้ร้อยละ 42.6 โดยที่ระบบการตลาด ระบบลูกค้า และระบบการบริหารการจัดการ ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับการมีชื่อเสียงของกิจการ ยกเว้นระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางตรงกันข้ามกับการมีชื่อเสียงของกิจการ เหตุผล คือ การจัดการภายในองค์กร ทั้งด้านการตลาด ด้านลูกค้า และระบบการบริหารการจัดการ ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับธุรกิจและนำมาซึ่งชื่อเสียงของธุรกิจ แต่สำหรับด้านบุคลากรอาจเป็นข้อจำกัดขององค์กรขนาดเล็ก โดยเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดย่อมที่มีจำนวนพนักงานต่ำกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และเมื่อเป็นวิสาหกิจที่มีขนาดเล็กมาก จึงไม่ได้ลงทุนในการพัฒนาบุคลากร การให้ความรู้ การฝึกอบรม รวมทั้ง การจัดสวัสดิการที่ดี อันนำมาซึ่ง

ชื่อเสียงของกิจการและภาพพจน์ภาพลักษณ์ที่ดี และผลงานวิจัยสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ศรีัญญา เชื้อมั่ง (2545 : 5) ซึ่งได้สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 10 ราย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดย่อมส่วนใหญ่มักประสบปัญหาในการหาคนดี ๆ มาทำงานด้วย เพราะผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมความสามารถในการจ่ายค่าแรงงานต่ำกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ทำให้บางครั้งไม่สามารถคัดเลือกพนักงานได้ตรงตามความต้องการมากนัก ดังนั้น การทำให้พนักงานเหล่านี้ให้บริการเป็นที่ประทับใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องที่ยาก

เอกสารอ้างอิง

- คำรณ ศรีน้อย และอนงค์ รุ่งสุข. (2548). การยอมรับของผู้บริโภคต่อไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 43, วันที่ 1 - 4 ก.พ. 2548, กรุงเทพฯ
- จุฑามาศ จิตติถาวร และคณะ. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs ในประเทศไทย. วารสาร Asian Social Science. 7 (5), 180 – 190.
- นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์. (2553). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. 4 (2), 103 - 112
- ยุพาวดี สมบูรณ์กุล. (2555). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กับการนำเทคโนโลยีประเภทอุตสาหกรรมสารสนเทศมาสนับสนุนระบบการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมในภาคใต้. สารนิพนธ์ : สงขลาสมาร์ทพรีน.
- รักพงษ์ แข็งเจริญ. (2546). ปัจจัยและคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- รุ่งนภา ต่ออุดม. (2556). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเกษตร จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารบริหารธุรกิจราชวมงคล ชัยบุรี. 8 (1).
- เวทย์ นุชเจริญ. (2556). SMEs ต้องปรับตัวอย่างไร ในภาวะเศรษฐกิจขาลง ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2556. จาก http://www.prachachat.net/news_detail.php?Newsid=13771457202556.

- ศรีบุญญา เชื้อมั่ง. (2545). กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของไทยที่ประสบความสำเร็จในภาวะเศรษฐกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีธุรกิจขนาดย่อมที่ได้รับเชิญจากรายการวิทยุสำรวจธุรกิจ SMEs. ภาคนิพนธ์ สาขาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555 - 2559). (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.sme.go.th. (วันที่สืบค้นข้อมูล : 8 พฤศจิกายน 2556).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2552). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ออนไลน์). แหล่งที่มา: www.sme.go.th. (วันที่สืบค้นข้อมูล : 8 พฤศจิกายน 2556).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2556). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554 - 2555. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : www.sme.go.th. (วันที่สืบค้นข้อมูล : 8 พฤศจิกายน 2556).
- Chittithaworn C., Islam, A., Keawchana, T., & Muhd Yusuf, H. D. (2011). Factors affecting business success of small & medium enterprises (SMEs) in Thailand. Asian Social Science, 7(5) : 180 – 190.
- Sulin B. and Wayne, C.J. (2008). An Exploratory Study of the Impact of e-Service Process. on Online Customer Satisfaction, retrieved from website : papers.ssrn.com.

