

แนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย

ศิริกุล ชัยโรจน์วงศ์

คุณฉันทน์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
สิงหาคม 2560
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมคุษฎีนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่าคุษฎีนิพนธ์ ได้พิจารณา
คุษฎีนิพนธ์ของ ศิริกุล ชัยโรจน์วงศ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมคุษฎีนิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

..... ประธาน
(ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบด)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน)

..... กรรมการ
(ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่ 18 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2560

กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก ดร.ชำนาญ งามมณีอุดม อาจารย์ที่ปรึกษาคุษฎีนิพนธ์ ซึ่งได้สละเวลาให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ยิ่ง ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ และให้ความหวังใจเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง จึงกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณะกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ทุกท่านที่กรุณาให้ข้อเสนอแนะให้คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และกราบขอบพระคุณคณาจารย์วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้และประสบการณ์การเรียนการสอนที่มีค่ายิ่ง ตลอดจนผู้ให้ข้อมูลและผู้มีส่วนช่วยเหลือในการทำคุษฎีนิพนธ์ครั้งนี้ทุกท่าน รวมถึงขอขอบพระคุณท่านอื่น ๆ ซึ่งมีส่วนในการให้การสนับสนุนและกำลังใจในการเรียนและการสอบซึ่งมิได้เอ่ยนาม ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ขอรำลึกพระคุณของบิดา มารดา ผู้เป็นที่รักและมีพระคุณอันยิ่งใหญ่ ที่ให้กำเนิด ให้สติปัญญา ให้ความรักและความหวังใจ และอยู่เบื้องหลังความสำเร็จของผู้วิจัยด้วยความกรุณาเสมอมา ขอขอบคุณสมาชิกทุกคนในครอบครัว ตลอดจนกัลยาณมิตรทุกท่านที่ให้กำลังใจ และให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ด้วยดีตลอดมา จนคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี คุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับจากคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา และผู้มีพระคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้

ศิริกุล ชัยโรจน์วงศ์

54870030: สาขาวิชา: การจัดการสาธารณะ; ปร.ด. (การจัดการสาธารณะ)

คำสำคัญ: วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต/ แนวทางนโยบาย/ การส่งเสริมและพัฒนา/
เติบโตสูง

ศิริกุล ชัยโรจน์วงศ์: แนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิชากิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย (POLICY GUIDANCE FOR SUPPORTING AND
DEVELOPMENT HIGH GROWTH SMEs IN MANUFACTURING SECTOR OF THAILAND) อาจารย์
ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ชำนาญ งามมณีอุดม, Ph.D. 453 หน้า. ปี พ.ศ. 2560.

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ที่มีการเติบโตสูง และเพื่อให้ทราบถึงแนวทาง นโยบายที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาวิชากิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบ
พหุวิธี (Mixed method research) ประกอบด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทำการวิจัยเชิง
พรรณนาด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research method) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จาก
วิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต จำนวน 214 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ
ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์ทางสถิติในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยโดยใช้สถิติ Independent
sample t-test และ Pearson chi-square การวิเคราะห์จำแนกปัจจัยที่ส่งผลต่อกลุ่มการเติบโตของวิชากิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis) แบบ
วิธีการนำตัวแปรอิสระเข้ามาในสมการทุกตัวแปร (Enter independents together) และการตรวจสอบความ
สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโดยวิธีการสร้างโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง หรือ Structural Equation Modeling
(SEM) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ การทบทวนวรรณกรรมและ
เอกสารที่เกี่ยวข้อง การสนทนากลุ่มย่อยเพื่อยืนยันผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์
เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม
และผู้ประกอบการวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาประเด็นสำคัญที่
คาดว่าจะมีผลเกี่ยวข้องกับการเติบโตสูงของวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงเปรียบเทียบผล
การสัมภาษณ์กับผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาค
การผลิต ประกอบด้วย ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหาร
สูงสุดขององค์กรของวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต และปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่
ส่งเสริมและสนับสนุนวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ทางด้านกลยุทธ์องค์กร ด้านคุณลักษณะ
การบริหารจัดการองค์กร ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล และด้านนวัตกรรมขององค์กร และ
ปัจจัยภายนอกองค์กร อาทิเช่น การบริหารจัดการนโยบายของภาครัฐ และการสร้างเครือข่ายและคลัสเตอร์
อุตสาหกรรม แต่อย่างไรก็ตาม แนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมและและพัฒนาวิชากิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) ในประเทศไทยนั้น ควรดำเนินการควบคู่
กันไปในทุกๆระดับ โดยมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ภาคการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเติบโตของวิชากิจขนาดกลางและขนาดย่อม

52870199: MAJOR: PUBLIC ENTERPRISE MANAGEMENT; Ph.D.

(PUBLIC ENTERPRISE MANAGEMENT)

KEYWORDS: SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES/ MANUFACTURING SECTOR/
POLICY/ PROMOTION/ DEVELOPMENT/ HIGH GROWTH

SIRIKUL CHAIROJWONG: POLICY GUIDANCE FOR SUPPORTING AND
DEVELOPMENT HIGH GROWTH SMEs IN MANUFACTURING SECTOR OF THAILAND.

ADVISOR: CHAMNAN NGARMMANEEUDOM, Ph.D. 453 P. 2017.

This study aimed to study the characteristics of high-growth small and medium enterprises and to understand the appropriate policy guidance for the promotion and development of high-growth small and medium enterprises in the manufacturing sector in Thailand. In this research, mixed method consisted of quantitative and qualitative research methods. In quantitative research, survey research method was used and the data were collected from 214 small and medium enterprises through questionnaires. The data were analyzed through percentage, mean, and standard deviation. Statistical analysis to compare means was performed by means of independent sample t-test and pearson chi-square. The analysis of the factors affecting the growth of small and medium enterprises was done by means of segmentation analysis (Discriminant analysis) which was the method of introducing independent variables into the equation (Enter independents together). The test of the relationship between variables was done by means of Structural Equation Modeling (SEM). In qualitative research (SEM), it consists of 3 parts: review of literature and related documents, focus group discussion to confirm data analysis results from the questionnaire, and in-depth interviews with those involved in policy making for the promotion and development of small and medium enterprises and with entrepreneurs of small and medium enterprises involved in the manufacturing sector in order to find the key issues that were expected to impact the high growth of small and medium enterprises and to include comparison between interview results and results from quantitative research.

The results showed that factors that affected the high growth small and medium enterprises in manufacturing sector consisted of (1) internal factors such as the attributes of entrepreneurs/ or top executives of small and medium enterprises in manufacturing sector concerning organizational strategies, organizational features, marketing, international marketing and corporate innovation; and (2) external factors such as management, government policy, networking and industrial clusters. However, the appropriate way to promote and develop small and medium-sized enterprises in the high-growth SMEs in Thailand was that enterprises at all levels should cooperate by focusing on the promotion and development of small and medium enterprises. These were important factors contributing to the growth of small and medium enterprises.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามของการวิจัย.....	11
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	12
สมมติฐานของการวิจัย.....	12
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย.....	15
ขอบเขตของการวิจัย.....	16
ข้อจำกัดของการวิจัย.....	17
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	17
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	19
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโต สูง.....	20
ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของ ประเทศไทย.....	112
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	113
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	121
กรอบการดำเนินการวิจัย.....	124
การกำหนดประชากรและการกลุ่มตัวอย่าง.....	126
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	128

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล.....	138
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	140
สรุปคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง.....	140
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	141
ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม.....	142
ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม.....	165
ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อ ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์ อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับ สากล/ ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร ปัจจัย ด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และ ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือไม่.....	191
ส่วนที่ 4 สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบ แบบสอบถามเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมสามารถเติบโตสูงได้.....	221
ส่วนที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตมีความแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่หรือไม่มีการเติบโต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม.....	232
ส่วนที่ 6 โมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมภาคการผลิต.....	238
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	270
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม.....	322

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	348
สรุปผลการวิจัย.....	349
การอภิปรายผล.....	376
ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคการผลิตเพื่อส่งเสริมให้มีการเติบโตสูง.....	381
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	419
บรรณานุกรม.....	420
ภาคผนวก.....	433
ภาคผนวก ก.....	434
ภาคผนวก ข.....	436
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	453

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1	เป้าหมายการพัฒนาตามแผนพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 1-4..... 2
1-2	สภาวะการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของประเทศไทย ปี พ.ศ. 2554-2558..... 5
1-3	ความแตกต่างระหว่างนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยทั่วไป และนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง..... 7
2-1	สรุปลักษณะและเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขอบเขตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีการเติบโตสูง..... 25
2-2	คุณลักษณะหรือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง..... 75
2-3	เปรียบเทียบแนวทางในการส่งเสริม High growth SMEs ในประเทศต่าง ๆ..... 94
2-4	การสังเคราะห์ตัวแปร..... 103
2-5	กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 112
2-6	เกณฑ์ในการกำหนดวิสาหกิจรายย่อยในประเทศไทย..... 113
3-1	การแบ่งกลุ่มประชากรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต..... 127
3-2	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม..... 131
3-3	ผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์..... 138
4-1	การเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจและ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ ใกล้เคียงกัน..... 143
4-2	ความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน..... 144
4-3	การร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับ หุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ..... 145
4-4	ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ..... 146
4-5	การนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร..... 147
4-6	ลักษณะการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบ แบบสอบถาม..... 148
4-7	จำนวนสาขาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม. 150

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-8 จำนวนสาขาในต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ ตอบแบบสอบถาม.....	151
4-9 สัดส่วนการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบ แบบสอบถาม.....	152
4-10 จำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ.....	153
4-11 จำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ.....	155
4-12 คุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร.....	156
4-13 เพศของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร.....	158
4-14 อายุของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร.....	159
4-15 ระดับการศึกษาของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร.....	161
4-16 การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ.....	163
4-17 อายุของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	165
4-18 ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม.....	166
4-19 ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลกับ การเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	169
4-20 ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรกับ การเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	171
4-21 ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม.....	176
4-22 ระดับความสอดคล้องของคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดของ องค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	180
4-23 ระดับความสอดคล้องของนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม.....	185

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านการเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบัน ที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน.....	192
4-25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม เดียวกัน.....	192
4-26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและ กลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ.....	193
4-27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัย ต่าง ๆ.....	193
4-28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและ คลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร.....	194
4-29 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อ ระดับความสอดคล้องว่าภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนการสร้างเครือข่ายให้กับ ภาคธุรกิจอย่างเหมาะสม.....	194
4-30 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อ ระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร.....	195
4-31 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อ ระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล.....	197
4-32 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อ ระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร.....	199
4-33 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อ ระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร.....	203

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจ.....	206
4-35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านจำนวนสาขา.....	206
4-36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านจำนวนสาขาในต่างประเทศ.....	207
4-37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านสัดส่วนการร่วมลงทุนกับต่างชาติ.....	207
4-38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนของปัจจัยย่อยด้านผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ.....	208
4-39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนของปัจจัยย่อยด้านผู้บริหารสูงสุดขององค์กร.....	208
4-40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในส่วนของปัจจัยย่อยด้านเพศของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร.....	209
4-41 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร.....	209
4-42 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/สนับสนุนการเติบโต.....	215

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/ สนับสนุนการเติบโตในส่วนของปัจจัยย่อยด้านการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ.....	220
4-44 สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ.....	222
4-45 การทดสอบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่จำแนกกลุ่มการเติบโตกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง และกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต.....	233
4-46 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการจำแนกกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโต กลุ่มที่มีแนวโน้มเติบโตสูงและกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต.....	234
4-47 สถิติที่ใช้ในการประเมินสมการจำแนกกลุ่มการเติบโตของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีแนวโน้มเติบโตสูงและกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต.....	235
4-48 ค่าเป็นสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำแนกในสมการจำแนกกลุ่มในรูปคะแนนดิบ.....	236
4-49 ค่าสัมประสิทธิ์ และค่าคงที่ของสมการจำแนกโดยแยกเป็นกลุ่ม ตามวิธีของFisher's....	236
4-50 ประสิทธิภาพของสมการจำแนกกลุ่ม.....	237
4-51 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง.....	240
4-52 คำนำน้หนักองค์ประกอบ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่าความเที่ยงของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง.....	241
4-53 ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง.....	244

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-54	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัดองค์ประกอบด้าน ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมภาคการผลิต..... 247
4-55	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่าความเที่ยง ของการ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต..... 249
4-56	ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริม และสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต..... 253
4-57	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัดองค์ประกอบด้าน คุณลักษณะของผู้ประกอบการและหรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมภาคการผลิต..... 255
4-58	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่าความเที่ยงของการ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และหรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต..... 256
4-59	ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต..... 259
4-60	การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเติบโตของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต..... 265
4-61	การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเติบโตของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตหลังปรับโมเดล..... 267
4-62	อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลรวม และค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย..... 268
4-63	สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต..... 274
4-64	สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต..... 315
4-65	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ ประเทศไทย..... 325

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
5-1	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง.....	382

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 แนวโน้มสัดส่วน GDP SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2550-2558.....	6
1-2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	13
2-1 วงจรการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	27
2-2 วงจรธุรกิจ.....	30
2-3 โมเดลของการเจริญเติบโต.....	31
2-4 แรงบันดาลใจในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ.....	57
2-5 โมเดลเพชร.....	61
2-6 ขอบเขตนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง.....	99
3-1 กรอบการดำเนินการวิจัย.....	124
4-1 โมเดลการวัดองค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและ สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง.....	243
4-2 โมเดลการวัดองค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต.....	252
4-3 โมเดลการวัดองค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต.....	258
4-4 โมเดลสมมติฐานและทิศทางอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต.....	263
4-5 ค่าพารามิเตอร์ของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเติบโตของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต.....	264
4-6 ค่าพารามิเตอร์ของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเติบโตของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต หลังปรับโมเดล.....	266
5-1 โมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิต.....	370

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จัดเป็นรากฐานสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดย ณ สิ้นปี พ.ศ. 2558 มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2,765,986 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.72 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดของประเทศ มีมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) คิดเป็นร้อยละ 41.1 มีการจ้างงานร้อยละ 86.44 และมีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 27.40 ของยอดส่งออกทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559) และยังพบว่า ณ สิ้นปี พ.ศ. 2558 นี้มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่อยู่ในภาคการผลิตร้อยละ 18.19 แต่มีมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) คิดเป็นร้อยละ 33.7 หรือ 1 ใน 3 ของมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (GDP SMEs) ซึ่งเป็นมูลค่าที่ไม่น้อยเลย ในขณะที่ ณ สิ้นปี พ.ศ. 2556 (ข้อมูล ณ ขณะทำการเก็บข้อมูล) มีจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.16 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งหมดของประเทศ มีมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) คิดเป็นร้อยละ 37.4 มีการจ้างงานกว่าร้อยละ 80 และมีมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 25.50 ของยอดส่งออกทั้งหมด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ค) ทั้งนี้ นับแต่ปี พ.ศ. 2543 ประเทศไทยได้มีนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะ ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีต่อเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ โดยการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถเป็นกลไกในการสร้างรากฐานทางเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างเข้มแข็งเท่าเทียมได้

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน ประเทศไทยได้มีการประกาศใช้แผนพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมด 4 ฉบับ โดยแผนพัฒนาฯ แต่ละฉบับได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนา SMEs ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1-1 เป้าหมายการพัฒนาตามแผนพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 1-4
(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2545, 2550, 2555 ก, 2560)

แผนพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม	เป้าหมายการพัฒนา
ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2545-2549)	<ol style="list-style-type: none"> 1. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวในอัตราเร่งตัวที่ต่อเนื่องจนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 50 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ในปี พ.ศ. 2549 2. การจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มขึ้น 180,000 คนต่อปี 3. เพิ่มผลิตภาพของแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สูงขึ้นในอัตราที่สอดคล้องกับอัตราการเพิ่มผลิตภาพของภาคอุตสาหกรรมที่กำหนดไว้ที่ร้อยละ 2.5 ต่อปี ของประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 4. การขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6 ต่อปี 5. เพิ่มประสิทธิภาพระบบการส่งเสริม โดยการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบ ด้วยการจดทะเบียนในสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 72 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในปี พ.ศ. 2549 6. จำนวนผู้เริ่มต้นธุรกิจใหม่เพิ่มขึ้น 50,000 รายต่อปี 7. มีกลุ่มอาชีพที่สามารถดำเนินการขึ้นธุรกิจเพิ่มขึ้นในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ต่อปี จนมีจำนวนเป็น 6,300 กลุ่มในปี พ.ศ.2549 8. กลุ่มเป้าหมายของการเสริมสร้างและยกระดับขีดความสามารถ <ol style="list-style-type: none"> 1) กลุ่มวิสาหกิจส่งออกที่มีศักยภาพอยู่แล้ว จะยกระดับความสามารถให้มีศักยภาพสูงขึ้น และมุ่งสู่การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น กลุ่มดังกล่าวได้แก่ กลุ่มอาหารแปรรูป และอุตสาหกรรมแฟชั่น ซึ่งได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องหนัง และเครื่องประดับ และกลุ่มอุตสาหกรรมการเกษตรอื่น ๆ ได้แก่ เพอร์นิเจอร์ไม้และผลิตภัณฑ์ยาง

ตารางที่ 1-1 (ต่อ)

แผนพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม	เป้าหมายการพัฒนา
	<p>2) กลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ ชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่ต้องเร่งพัฒนาด้านคุณภาพการผลิต การจัดการ และการส่งมอบให้กับอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มภายในประเทศและลดการนำเข้า</p> <p>3) กลุ่มวิสาหกิจบริการที่มีศักยภาพอยู่เดิม ได้แก่ การท่องเที่ยว และธุรกิจต่อเนื่องบริการด้านสุขภาพและด้านการศึกษา การออกแบบและการก่อสร้าง</p> <p>4) กลุ่มวิสาหกิจบริการที่มีแนวโน้มที่ดี ได้แก่ บริการทางวิชาชีพที่สำคัญประกอบด้วยวิศวกร สถาปนิก บัญชี กฎหมาย ธุรกิจบันเทิง และธุรกิจจัดการประชุม</p> <p>5) กลุ่มวิสาหกิจที่ต้องจัดระเบียบ เพื่อเสริมสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การค้าส่ง-ค้าปลีก การขนส่ง และการเงิน</p>
ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2550-2554)	<ol style="list-style-type: none"> 1. มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขยายตัวเพิ่มขึ้น 2. การส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพิ่มมากขึ้น 3. ผลิตภาพการผลิตและผลิตภาพแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพิ่มขึ้น
ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559)	<ol style="list-style-type: none"> 1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ไม่น้อยกว่า 250,000 วิสาหกิจ ภายในปี พ.ศ. 2559 2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในสาขากลุ่มเป้าหมายได้รับการพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงลึกไม่น้อยกว่า 30,000 รายภายในปี พ.ศ. 2559 3. เครือข่ายวิสาหกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนาให้มีความเข้มแข็ง ไม่น้อยกว่า 60 เครือข่ายวิสาหกิจต่อปี

ตารางที่ 1-1 (ต่อ)

แผนพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม	เป้าหมายการพัฒนา
	<p>4. ปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจได้รับการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไขให้ลดอุปสรรคและเอื้ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากขึ้น</p> <p>5. การบริหารจัดการด้านงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีประสิทธิภาพและทำงานเชิงบูรณาการ</p>
ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)	<p>สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของ SME โดยมีเป้าหมายหลัก คือ การเพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศให้สูงขึ้นเป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจะเป็นไปได้ก็ต่อเมื่อ SME สามารถ เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจได้มากขึ้น มีการลงทุนเพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการแข่งขัน ทั้งในประเทศและในระดับสากลสูงขึ้น โดยมียุทธศาสตร์หลักในการดำเนินการทั้งสิ้น 3 ยุทธศาสตร์ คือ</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 2 เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ</p>

อย่างไรก็ตาม พบว่า การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศไทย ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากพบว่า การพัฒนานี้ยังไม่สามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขัน และสร้างให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศได้ ดังจะเห็นได้ว่า ความสำคัญทางเศรษฐกิจของ SMEs ไทยในด้านการจ้างงานและมูลค่าการส่งออกได้ลดระดับลงอย่างต่อเนื่องดังตารางที่ 1-2

ตารางที่ 1-2 สภาวะการณ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศไทย
ปี พ.ศ. 2554-2558 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555 ข,
2555 ค, 2557 ค, 2558, 2559)

ประเด็นเรื่อง	พ.ศ. 2554	พ.ศ. 2555	พ.ศ. 2556	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2558
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ (GDP) ของ วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ณ ราคา ประจำปี (ล้านบาท)	3,859,587.6	4,211,262.7	4,454,939.6	5,212,004	5,559,534
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ (GDP) ของ วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ณ ราคา ประจำปี (ร้อยละ)	36.60	37.0	37.4	39.6	41.1
การจ้างงานในวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs) (คน)	10,995,977	11,783,143	11,414,702	13,078,147	13,363,054
การจ้างงานในวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs) (ร้อยละ)	83.89	80.4	80.96	80.30	80.44
มูลค่าการส่งออกของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (ล้านบาท)	1,971,249.93	2,065,462.27	1,761,818.87	1,917,817.12	1,980,434.58
มูลค่าการส่งออกของ วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) (ร้อยละ)	46.81	40.20	25.50	26.50	27.40

นอกจากนี้ ยังพบว่า สัดส่วนของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในช่วงที่ผ่านมานั้น ในภาคการผลิตมีแนวโน้มที่จะ

ลดลงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ ในภาคบริการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและภาคการค้าและการซ่อมบำรุง
ค่อนข้างคงที่ ดังภาพที่ 1-1 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)



ภาพที่ 1-1 แนวโน้มสัดส่วน GDP SMEs จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ปี พ.ศ. 2550-2558 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม, 2559)

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ของประเทศไทยเท่าที่ผ่านมาคือปัญหาการจัดสรรและการกระจายทรัพยากรที่ใช้ในการส่งเสริมพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งส่งผลทำให้ขาดเป้าหมายที่ชัดเจนในการส่งเสริม และแผนที่ใช้ในการส่งเสริมและพัฒนายังคงเป็นรูปแบบที่เป็นมาตรฐาน และใช้ร่วมกันระหว่างภาคอุตสาหกรรม บริการ และการค้า อันส่งผลให้ไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการรายสาขาได้มากเท่าที่ควร

ในช่วงประมาณ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา พบว่า ในประเทศที่เป็นประเทศพัฒนาแล้ว และประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ได้เริ่มปรับทิศทางของนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จากการใช้นโยบายแบบเดียวกันเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั่วประเทศ เป็นรูปแบบการส่งเสริมและพัฒนา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในแต่ละรายสาขา พร้อมกันนั้นได้มีการปรับแนวคิดจากการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในทุกระดับ มาเป็นการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นการประหยัดทรัพยากรของประเทศ พร้อมกันนั้นเพื่อให้ประเทศดังกล่าวสามารถสร้างเครื่องจักรทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ ในการผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีการเติบโตในทิศทางใหม่ สามารถสร้างให้เกิดการจ้างงานที่มีคุณภาพ และสามารถสร้างให้เกิดผู้นำทางธุรกิจในระดับโลก (Global champion) อันมาจากวิสาหกิจสัญชาติท้องถิ่นของประเทศนั้น ๆ ได้อีกด้วย และจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมพบว่าในปัจจุบันการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มักเน้นไปในภาคการค้าและการบริการ ทั้งนี้ เนื่องจากว่าประเทศเหล่านี้ได้ก้าวผ่านการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคอุตสาหกรรมหรือภาคการผลิต ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมาแล้วนั่นเอง

ซึ่งแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีศักยภาพดังกล่าวนี้ เรียกว่านโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs promotion policy) ซึ่งมีความแตกต่างจากนโยบายส่งเสริม SMEs โดยทั่วไป ดังตารางที่ 1-3

ตารางที่ 1-3 ความแตกต่างระหว่างนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไป (SMEs Policy) และนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs policy) (สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก อ้างอิงจาก Autio, Kronlund & Kovalainen, 2007)

ประเด็นที่	นโยบายส่งเสริม SMEs โดยทั่วไป	นโยบายส่งเสริม SMEs ที่มีการเติบโตสูง
เป้าประสงค์เชิงนโยบาย (Policy goals)		
1. เกี่ยวกับผู้ประกอบการ	- ส่งเสริมให้มีจำนวนผู้ประกอบการมากขึ้น	- ส่งเสริมให้ผู้ที่มีความเหมาะสมเข้ามาเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น

ตารางที่ 1-3 (ต่อ)

ประเด็นที่	นโยบายส่งเสริม SMEs โดยทั่วไป	นโยบายส่งเสริม SMEs ที่มีการเติบโตสูง
2. เกี่ยวกับองค์กร	- ส่งเสริมให้มีจำนวนองค์กรมากขึ้น	- ส่งเสริมให้มีองค์กรที่มีการเติบโตมากขึ้น
3. เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมเชิงธุรกิจ	- ส่งเสริมให้มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของ SMEs	- ส่งเสริมให้มีสภาพแวดล้อมเหมาะสมกับการเติบโตของ SMEs
การสนับสนุนทรัพยากร (Resource provision)		
2. การจัดการบริการ	- ให้บริการที่เป็นมาตรฐานและบริการที่ไม่ซับซ้อน เพื่อการจัดตั้งกิจการ วางแผน และดำเนินการ	- ให้บริการจากประสบการณ์ในการร่วมลงทุน (Business experience advice) การวางแผนยุทธศาสตร์ การขยายกิจการไปต่างประเทศ การส่งเสริมการเติบโตขององค์กร
3. หลักการการแบ่งปันทรัพยากรเพื่อสนับสนุน SMEs	- เพื่อให้ผู้ประกอบการทุกคนมีโอกาสเท่าเทียมกันในการเข้าถึงทรัพยากร (กระจายทรัพยากร)	- เลือกผู้ประกอบการที่แสดงศักยภาพการเติบโต (กำหนดเป้าหมายการใช้ทรัพยากรในกลุ่มที่มีศักยภาพ)
ขอบเขตของกฎระเบียบ (Regulatory emphasize)		
1. ด้านวัฏจักรของธุรกิจ (Life cycle)	- การจัดอุปสรรคสำหรับการเริ่มต้นกิจการ	- การจัดอุปสรรคสำหรับการเติบโตของวิสาหกิจ
2. ด้านอุปสรรคของการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance bottleneck)	- การลดต้นทุนของการปฏิบัติตามกฎระเบียบของวิสาหกิจขนาดย่อม	- การลดต้นทุนของการปฏิบัติตามกฎระเบียบของวิสาหกิจที่มีการเติบโต
3. ระเบียบด้านการคลัง (Fiscal regulation)	- ลดภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) สำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม	- รองรับการเติบโตของวิสาหกิจ ลดภาระการเพิ่มสัดส่วนผู้ถือหุ้น

ตารางที่ 1-3 (ต่อ)

ประเด็นที่	นโยบายส่งเสริม SMEs โดยทั่วไป	นโยบายส่งเสริม SMEs ที่มี การเติบโตสูง
ขอบเขตของกฎระเบียบ (Regulatory Emphasize)		
4. ทศนคติต่อความล้มเหลว (Attitude toward failure)	- หลีกเลี่ยงความล้มเหลว และการล้มละลายของวิสาหกิจ	- ยอมรับถึงโอกาสความล้มเหลวและล้มละลายของวิสาหกิจ แต่มีมาตรการลดผลกระทบของความล้มเหลวดังกล่าว
5. ความเชื่อมโยงกับนโยบายด้านอื่น ๆ (Links to other policy domains)	- นโยบายอุตสาหกรรม สังคม และแรงงาน	- นโยบายอุตสาหกรรม นวัตกรรม และแรงงาน

จากรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) โครงการศึกษาแนวทางการส่งเสริมธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย (SME High growth sectors) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ก) พบว่า มีกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ในประเทศไทยที่มีการเติบโตที่โดดเด่นทั้งในด้านการเติบโตของรายได้และผลประกอบการ ซึ่งอยู่ในความสนใจของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน และยังเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีจำนวน 11 กลุ่มธุรกิจ ที่มีศักยภาพ อาทิเช่น กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นต้น นอกจากนี้ จากผลการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ครั้งที่ 2/2557 เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม พ.ศ. 2557 ที่ประชุมมีมติเห็นชอบต่อยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินการส่งเสริม SME ระยะเร่งด่วนปี พ.ศ. 2558 โดยเน้นไปที่การให้ความสำคัญในการปรับปรุงประสิทธิภาพและเอกภาพในการบริหารจัดการเพื่อส่งเสริม SMEs โดยให้มีการดำเนินงานที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันรวมถึงการจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเริ่มต้นธุรกิจและสร้างความเติบโตให้กับ SMEs อย่างมีประสิทธิภาพ และได้เห็นชอบในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ในช่วงที่เหลือของแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) โดยให้การส่งเสริมเน้นดำเนินไปในแนวทางที่สอดคล้องกับศักยภาพ ความต้องการและปัญหาโดยพิจารณาจากกลุ่มธุรกิจที่สร้างมูลค่า

และรายได้ให้กับประเทศสูงจากการใช้วัตถุดิบในประเทศ มีศักยภาพในการแข่งขันและมีโอกาสในการเติบโตต่อไปในอนาคต ซึ่งในการดำเนินการจะเน้นไปที่การให้ความสำคัญและผลักดันให้การส่งเสริม SMEs เป็นวาระแห่งชาติสร้างให้เกิดการบูรณาการกับงานส่งเสริม SMEs ของประเทศ และพัฒนา SMEs ให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่อยู่ในข่ายนี้จะประกอบไปด้วย 2 กลุ่มธุรกิจ คือ กลุ่มแรกเป็นกลุ่มธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) ของประเทศไทยโดยพิจารณาจากข้อมูลการจ้างงาน รายได้และผลประกอบการของ SMEs กลุ่มดังกล่าวเป็นต้นทั้งนี้ SMEs ในกลุ่มนี้จะต้องมีการเติบโตของการจ้างงาน และ/หรือ รายได้หรือผลประกอบการสูงกว่าร้อยละ 20 ต่อปี ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 ปีขึ้นไป ซึ่งในกลุ่มนี้จะประกอบไปด้วย SMEs จำนวน 11 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มธุรกิจก่อสร้าง กลุ่มธุรกิจชิ้นส่วน อิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มธุรกิจยานยนต์และชิ้นส่วน กลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มธุรกิจการบริการด้านการศึกษา กลุ่มธุรกิจด้านพลังงาน กลุ่มธุรกิจภาคเกษตรกรรม กลุ่มธุรกิจขนส่งและลอจิสติกส์ กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจการบริการด้านสุขภาพ และกลุ่มธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ส่วนกลุ่มที่ 2 จะเป็นกลุ่มธุรกิจ SMEs สาขาที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย ซึ่งพิจารณาจากข้อมูลในเรื่องมูลค่าในการส่งออก-นำเข้า และจำนวนแรงงาน ซึ่งมีจำนวนรวม 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องจักรกล กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง กลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์พลาสติกกลุ่มอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม กลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับและกลุ่มธุรกิจค้าปลีกและค้าส่ง (เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์, 2557) ประกอบกับในปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจให้ความสนใจกับตลาดในประเทศกำลังพัฒนาค่อนข้างมาก เนื่องจากความต้องการในการปกป้องแบรนด์ของตนเอง เนื่องจากประเทศเหล่านี้ต่างปรับตัวและพยายามพัฒนาปรับปรุงในการสร้างแบรนด์และตำแหน่งในตลาดในประเทศของตนเอง รวมถึงเริ่มมีการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม จึงเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของบริษัทใหญ่ ๆ การมองหาทำเลที่ตั้งในการลงทุนจึงเริ่มเล็งเห็นความสำคัญของการเข้ามาลงทุนในประเทศกำลังพัฒนา นอกจากนี้ในประเทศเหล่านี้ยังมีความได้เปรียบในด้านต้นทุนแรงงาน ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการเข้ามาลงทุนเช่นกัน (ฟิลิป คอตเลอร์, 2559)

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการประกาศนโยบายไทยแลนด์ 4.0 หรือประเทศไทย 4.0 เป็นนโยบายหลักในการขับเคลื่อนประเทศ และให้หน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ นำไปกำหนดแผนยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินการในระดับต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนนโยบายดังกล่าว ซึ่งมีจุดมุ่งหมายหลักในการนำพาประเทศไทยก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง ตลอดจนความเหลื่อมล้ำด้านต่าง ๆ และการพัฒนาที่ยังไม่เกิดความสมดุล ไปสู่ประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ซึ่งโมเดล

นโยบายไทยแลนด์ 4.0 หรือประเทศไทย 4.0 นี้ เป็นโมเดลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ที่มุ่งเน้นไปที่การนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตลอดจนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในด้านต่าง ๆ มาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อน เน้นไปที่การสร้างเกษตรสมัยใหม่ การสร้างสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม การสร้างแรงงานที่มีความรู้ความสามารถและทักษะสูง รวมถึงการสร้างผู้ประกอบการที่มีศักยภาพสูงเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วย นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้มีการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) (2559) ซึ่งเป็นแผนงานหลัก 5 ปี ของประเทศในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ยังมียุทธศาสตร์ซึ่งมุ่งเน้นไปในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ เพื่อให้บรรลุถึงยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งมีประเด็นหลักในการนำพาประเทศไทยไปสู่ประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอีกด้วย จากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่านับแต่บัดนี้เป็นต้นไป การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) ในประเทศไทยจะมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการเติบโตนั้น กลุ่มธุรกิจซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมภาคการผลิตเป็นกลุ่มที่มีความน่าสนใจในการศึกษา เนื่องจากประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งหากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเติบโตสูงได้ก็จะสามารถสร้างตำแหน่งงาน และมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้อีกด้วย ดังนั้น การศึกษาทางเลือกนโยบายสาธารณะในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทยจึงได้ถือกำเนิดขึ้น เพื่อทำการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมภาคการผลิต รวมถึงการพัฒนาทางเลือกนโยบายสาธารณะและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน และเป็นเครื่องจักรทางเศรษฐกิจที่สำคัญในการยกระดับเศรษฐกิจของประเทศไทยให้สามารถเติบโตได้ต่อไป

คำถามของการวิจัย

1. คุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงเป็นอย่างไร
2. แนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

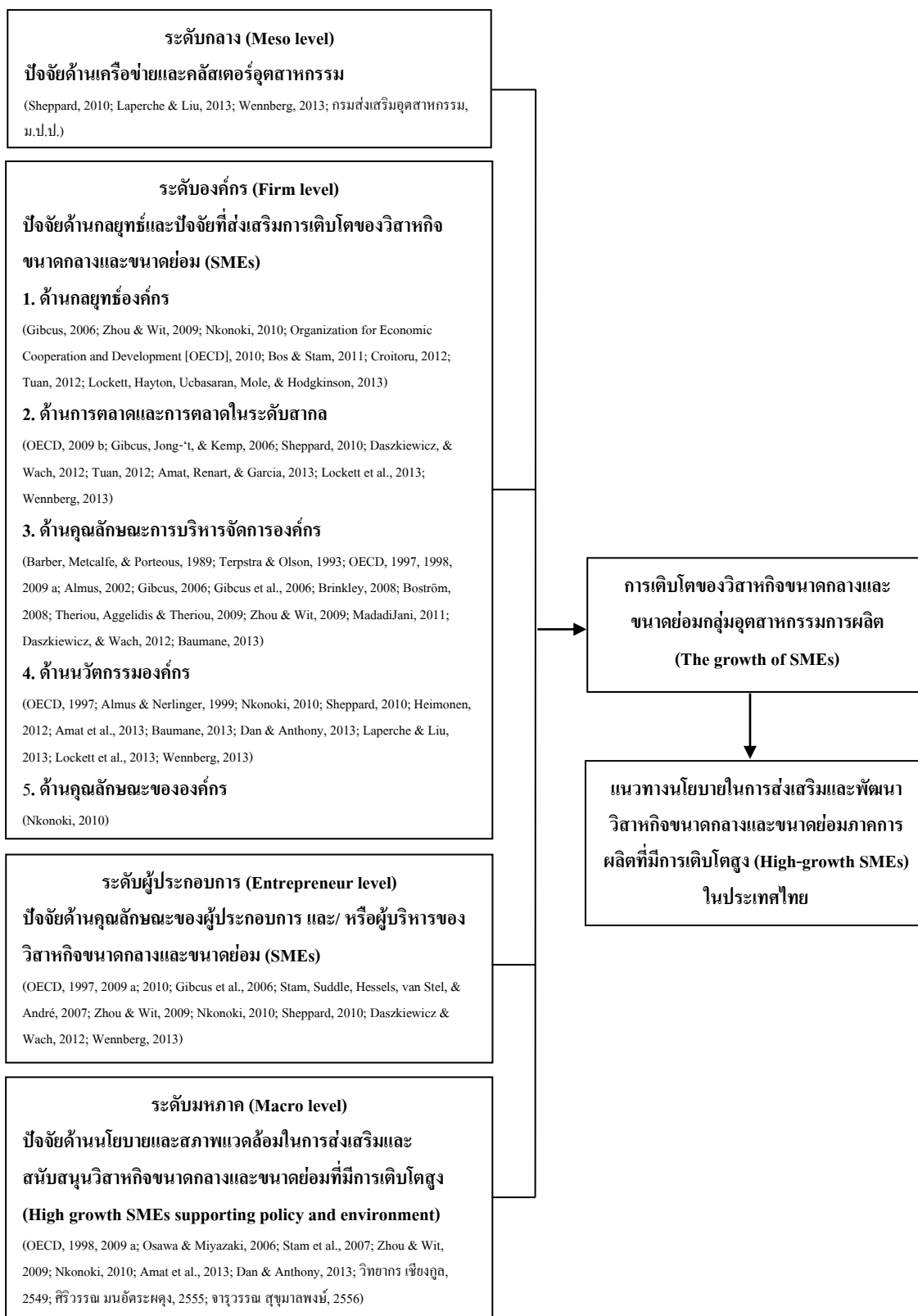
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
2. เพื่อให้ทราบถึงแนวทางนโยบายที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ด้านการตลาด และการตลาดในระดับสากล/ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ด้านนวัตกรรมองค์กร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการและ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบาย และสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง มีอิทธิพลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1-2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทั้งนี้ เพื่อให้ภาพของกรอบแนวคิดในการวิจัยชัดเจนขึ้น และสะดวกต่อการนำผลการวิจัยไปใช้ ผู้วิจัยจึงขอเสนอรายละเอียดของตัวแปรพอสังเขป ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent variable) ประกอบด้วย ปัจจัยที่เกิดขึ้นใน 4 ระดับ คือ ระดับกลาง (Meso level) ระดับองค์กร (Firm level) ระดับผู้ประกอบการ (Entrepreneur level) และระดับมหภาค (Macro level) ซึ่งมีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้

1.1 ระดับกลาง (Meso level) ประกอบด้วย ตัวแปรย่อยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ได้แก่ การเข้าร่วมคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.) การสนับสนุนในการสร้างเครือข่าย, การรวมกลุ่มเครือข่าย และการเข้าถึงเครือข่าย (Sheppard, 2010; Laperche & Liu, 2013; Wennberg, 2013) รวมถึงความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ (Laperche & Liu, 2013) เป็นต้น

1.2 ระดับองค์กร (Firm level) ประกอบด้วย ตัวแปรย่อยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้แก่

1.2.1 ด้านกลยุทธ์องค์กร ประกอบด้วย การกำหนดกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ขององค์กร (Gibcus, 2006; Zhou & Wit, 2009; Nkonoki, 2010; Bos & Stam, 2011; Croitoru, 2012; Tuan, 2012) การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจ (OECD, 2010) กระบวนการบริหารจัดการ (Management processes) (OECD, 2010; Lockett et al., 2013) การบริหารจัดการทรัพยากรสินทางปัญญา (Gibcus, 2006; OECD, 2010) เป็นต้น

1.2.2 ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล ประกอบด้วย การเข้าสู่ตลาดในระดับสากล (OECD, 2009 b; Amat et al., 2013; Lockett et al., 2013) การส่งออก (Daszkiewicz & Wach, 2012) การดำเนินการด้านการตลาด (Gibcus et al., 2006; Sheppard, 2010; Wennberg, 2013) เป็นต้น

1.2.3 ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร ประกอบด้วย การควบคุมการใช้ทรัพยากร (Gibcus, 2006; OECD, 1997, 2009 a; Theriou et al., 2009) ทรัพยากรขององค์กร (Barber, Metcalfe & Porteous, 1989; Terpstra & Olson, 1993; OECD, 1997, 1998, 2009 a; Gibcus et al., 2006; Zhou & Wit, 2009) ทักษะและความรู้ทางด้านเทคนิค, องค์กรความรู้ขององค์กร (Almus, 2002; Theriou et al., 2009; OECD, 2009 a; MadadiJani, 2011) เป็นต้น

1.2.4 ด้านนวัตกรรมองค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมและผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมขององค์กร (OECD, 1997; Osawa & Miyazaki, 2006; Nkonoki, 2010; Sheppard, 2010; Bauman, 2013; Lockett et al., 2013; Gupta, Guha, & Subramanian, 2013; Wennberg, 2013)

โครงสร้างและการบริหารองค์กรด้านนวัตกรรม (Nkonoki, 2010; Sheppard, 2010; Bauman, 2013; Amat et al., 2013; Dan & Anthony, 2013) เป็นต้น

1.2.5 ด้านคุณลักษณะขององค์กร ประกอบด้วยอายุของวิสาหกิจ, ขนาดของวิสาหกิจ และรูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Nkonoki, 2010)

1.3 ระดับผู้ประกอบการ (Entrepreneur level) ประกอบด้วย ตัวแปรย่อยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้แก่ ลักษณะของการประกอบการ (OECD, 2009 a; Sheppard, 2010) ชีตความสามารถในการบริหารจัดการ (OECD, 1997, 2010; Gibcus et al., 2006; Zhou & Wit, 2009; Nkonoki, 2010; Wennberg, 2013) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Gibcus et al., 2006; Stam et al., 2007; Zhou & Wit, 2009; Nkonoki, 2010; Daszkiewicz & Wach, 2012; Wennberg, 2013) และทักษะและความรู้ทางธุรกิจ (OECD, 2009 a, 2010; Dan & Anthony, 2013) เป็นต้น

1.4 ระดับมหภาค (Macro level) ประกอบด้วย ตัวแปรย่อยที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) ได้แก่ การกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุน (OECD, 1998; Stam et al., 2007; OECD, 2009 a; Zhou & Wit, 2009; Nkonoki, 2010) กระบวนการด้านการค้าระหว่างประเทศ (OECD, 1998; Dan & Anthony, 2013) กฎระเบียบ ระบบราชการ กฎหมาย (OECD, 1998; วิทยากร เชียงกุล, 2549; ศิริวรรณ มนอัคระผดุง, 2555; จารุวรรณ สุขุมาลพงษ์, 2556) การสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน (OECD, 1998; Nkonoki, 2010; Amat et al., 2013) นโยบายด้านนวัตกรรมและการวิจัยและพัฒนา (OECD, 2009 a) และอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาผลจากการวิจัยและพัฒนา (Osawa & Miyazaki, 2006) เป็นต้น

2. ตัวแปรตาม (Dependent variable) ได้แก่ การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยจะประมวลผลจากการเติบโตของผลประกอบการ (ยอดขาย) ขององค์กร ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มอุตสาหกรรมภาคการผลิต (The growth of SMEs in manufacturing sector) ซึ่งนำไปสู่แนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. ทราบถึงแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดกรอบนโยบายและการจัดทำแผน

การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเติบโตจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ

2. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต สามารถนำผลการศึกษาไปใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดแนวทางและการดำเนินการเพื่อพัฒนาธุรกิจให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันที่สูงขึ้นและการเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง ในประเทศไทยครั้งนี้ ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ประกอบด้วย นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (Definition of high growth SMEs) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (Theory on high Growth SMEs) แนวคิดเกี่ยวกับอุปสรรคที่มีผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy) การศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ของประเทศต่าง ๆ และแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ในระดับมหภาค (Macro) ระดับกลาง (Meso) และระดับจุลภาค (Micro)

1.2 ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศไทย

1.3 ทำการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

ทำการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมภาคการผลิตทั่วประเทศ

3. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยในครั้งนี้เริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 โดยเริ่มทำการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องรวมถึงกำหนดขอบเขตในการวิจัยในด้านต่าง ๆ

4. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษานี้คือ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ภาคการผลิตในประเทศไทยที่อยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่มตามข้อกำหนดของกฎหมาย

ข้อจำกัดของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดที่สำคัญ ดังนี้

1. ข้อจำกัดด้านระยะเวลา ระยะทาง งบประมาณในการดำเนินงาน
2. ข้อจำกัดในด้านความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินไปอย่างล่าช้า ซึ่งส่งผลกระทบต่อระยะเวลาและงบประมาณในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ในการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มและการสร้างโมเดลสมการเชิงโครงสร้างนั้น ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับมา ทำให้กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนจำกัด ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ดำเนินการวิเคราะห์จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อให้สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประยุกต์ใช้ได้จริง

นิยามศัพท์เฉพาะ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งดำเนินการผลิตในประเทศไทย เป็นธุรกิจที่มีมูลค่าสินทรัพย์ตามที่มีการกำหนดค่านิยามไว้ในกฎกระทรวงอุตสาหกรรมไม่เกิน 200 ล้านบาท และมียอดขายต่อปีมากกว่าหนึ่งล้านแปดแสนบาท ตามข้อกำหนดการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มของกรมสรรพากร

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) หมายถึง กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีอัตราการเติบโตด้านผลประกอบการ (ยอดขาย) หรือจำนวนพนักงานในองค์กร เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี ตลอดระยะเวลา 3 ปี ต่อเนื่องกัน

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตของประเทศไทย ที่มีผลการศึกษาพบว่าเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอัตราการเติบโตด้านผลประกอบการ (ยอดขาย) หรือจำนวนพนักงานในองค์กร เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี ตลอดระยะเวลา 3 ปี ต่อเนื่องกัน

ปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม การรวมกลุ่มเครือข่าย การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของเครือข่าย ตลอดจนการประสานความร่วมมือระหว่างเครือข่ายและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ

ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกลยุทธ์องค์กร ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร ด้านนวัตกรรมองค์กร และด้านคุณลักษณะขององค์กร

ปัจจัยด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง คุณลักษณะที่สำคัญและขีดความสามารถในการบริหารจัดการ รวมถึงทักษะในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่แตกต่างจากผู้ประกอบการ โดยทั่วไป

ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) หมายถึง การกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนด้านต่าง ๆ จากภาครัฐ รวมถึงการจัดการกระบวนการด้านการค้าระหว่างประเทศ การดำเนินการเพื่อเพิ่มโอกาสและลดอุปสรรคในการประกอบการในด้านที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ เป็นต้น

การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต หมายถึง การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตของประเทศไทย มีอัตราการเติบโตด้านผลประกอบการ (ยอดขาย) ต่อเนื่องกันมากกว่า 1 ปี

แนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง หมายถึง แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง ซึ่งจะนำไปสู่การกำหนดกรอบนโยบายและการจัดทำแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเติบโตจากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทยในครั้งนี้ เพื่อทำความเข้าใจและค้นหาตัวแปรที่คาดว่าจะมีความเกี่ยวข้องต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในประเทศไทย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ประกอบด้วย

1.1 นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (Definition of high growth SMEs)

1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (Theory on high growth SMEs) ได้แก่

1.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวัฏจักรการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Life cycle)

1.2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

1.2.3 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโต (Strategies and factors influencing high growth SMEs) ทั้งในด้านที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม, ทรัพยากรและความรู้ขององค์กร, การตลาดที่ส่งเสริมการเติบโตของ SMEs และการดำเนินธุรกิจในระดับสากล (SMEs Internationalization)

1.2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายหรือการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมแบบคลัสเตอร์

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับอุปสรรคที่มีผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

1.3.1 ปัจจัยภายในองค์กร

1.3.2 ปัจจัยภายนอกองค์กร

1.4 แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy)

1.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและทางเลือกระบบราชการ

1.4.2 แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

1.5 การศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ของประเทศต่าง ๆ

1.6 แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ในระดับมหภาค (Macro) ระดับกลาง (Meso) และระดับจุลภาค (Micro)

2. ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศไทย

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs)

จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีของโลกซึ่งมีอัตราการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วยิ่งขึ้นท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้แนวคิดของความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจแบบเดิม ซึ่งอาศัยความได้เปรียบจากขนาด (Economies of scale) ได้รับการท้าทาย ด้วยการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มใหม่ ๆ ซึ่งสามารถใช้ความได้เปรียบในการแข่งขันด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี การวิจัยพัฒนา (R&D) การทำทารูปแบบของโครงสร้างตลาดแบบเดิม และความรวดเร็วในการปรับตัวเป็นปัจจัยในการแข่งขัน (Birch, Haggerty, & Parsons, 1997) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีลักษณะดังที่กล่าวมา มีนิยามเรียกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ซึ่งกลายเป็นเครื่องจักรในการพัฒนาการเติบโตทางเศรษฐกิจ สร้างการจ้างงานใหม่ที่มีคุณภาพ และมีผลตอบแทนสูงแก่แรงงาน และสร้างความหลากหลาย แข็งแกร่งทางเศรษฐกิจได้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ก)

ดังนั้น จึงมีความสำคัญในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเรื่องวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) โดยศึกษาและสรุปนิยามที่หลากหลายของแนวคิดดังกล่าวดังต่อไปนี้

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือที่เรียกกันว่า SMEs ได้รับการกล่าวถึงเป็นอย่างมาก และพบว่ากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีการเติบโตสูง หรือที่รู้จักกันในชื่อ High growth SMEs เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่ได้รับความสนใจในการศึกษา และกำหนดนิยามเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากมีผลการศึกษาที่พบว่ากลุ่มวิสาหกิจเหล่านี้ เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตได้ดี ไม่ว่าจะเป็นในด้านของ

การสร้างงานใหม่ ๆ หรือการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ การเพิ่มปริมาณงานที่มีคุณภาพ หรือแม้แต่การเพิ่มรายได้ให้กับพนักงาน ซึ่งนำไปสู่การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ตลอดจนยังเป็นแหล่งกำเนิดของนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งนำไปสู่การยกระดับของระบบเศรษฐกิจของประเทศอีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ก)

นิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (Definition of high growth SMEs)

ในการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือ High growth SMEs ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนถึงคำจำกัดความหรือคำนิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง ซึ่งมีผู้ทำการศึกษามาก่อนหน้านี้และสามารถสรุปได้พอสังเขป ดังนี้

Siegel, Siegel and MacMillan (1993) ได้กล่าวไว้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือ High growth SMEs หมายถึง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตของผลการดำเนินงานหรือยอดขายอย่างน้อยร้อยละ 25 ต่อปี เป็นเวลาสามปีต่อเนื่อง

Organization for Economic Co-operation and Development หรือ OECD (1997) ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล และสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ว่า กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างงานและอัตราการเติบโตของผลิตภาพของประเทศ

National Commission on Entrepreneurship (2001) ให้คำนิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ไว้ว่า คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีจำนวนพนักงานเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 15 ต่อปีภายในระยะเวลา 5 ปี ติดต่อกัน หรือเป็นวิสาหกิจที่มีการเจริญเติบโตโดยทั่วไปอย่างน้อยร้อยละ 100 รวม 5 ปี

Storey (2001) ให้คำจำกัดความของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงไว้ใน 2 ลักษณะ คือ

1. สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลประกอบการ 5-10 ล้านดอลลาร์ (BGP) ต่อปี จะต้องมียอดการเติบโตประจำปีอย่างน้อยร้อยละ 25 ต่อปี ในช่วงระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา

2. สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลประกอบการ 10-100 ล้านดอลลาร์ต่อปี จะต้องมียอดการเติบโตประจำปีอย่างน้อยร้อยละ 15 ต่อปี ในช่วงระยะเวลา 4 ปีที่ผ่านมา

GEM Global Report (Autio, 2005) ได้ให้ข้อคิดเห็นที่น่าสนใจว่า ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการที่มีแรงบันดาลใจในการสร้างธุรกิจสูงจะมีสัดส่วนน้อยกว่าร้อยละ 10 ของผู้ประกอบการใหม่

ทั้งหมด ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่ไม่มาก แต่สามารถสร้างการจ้างงานได้สูงถึงร้อยละ 80 ของจำนวนการจ้างงานทั้งหมดซึ่งถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจมาก

จากการศึกษาของ EIM Business & Policy Research (EIM) พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth enterprise) มีความแตกต่างจากองค์กรธุรกิจทั่วไป (EIM, 2006) ได้แก่

- มีการใช้เทคโนโลยีในองค์กรมากกว่าองค์กรโดยทั่วไป
- มีการจัดสรรเวลาและงบประมาณในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงาน และ
- มีการจ้างงานพนักงานที่มีระดับคุณสมบัติสูงกว่าองค์กรโดยทั่วไป

Autio (2007) ให้ข้อคิดเห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งเป็นวิสาหกิจเกิดใหม่ที่เริ่มดำเนินกิจการน้อยกว่า 5 ปี มีจำนวนพนักงานอย่างน้อย 20 คน และยังคงดำเนินการโดยเจ้าของกิจการเดิมที่เป็นผู้เริ่มดำเนินกิจการ ให้คำนิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ไว้ว่า คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นองค์กรที่มีพนักงานจำนวนอย่างน้อยสิบคนหลังจากเริ่มดำเนินกิจการมา 3 ปี โดยมีอัตราการเจริญเติบโตของผลประกอบการเฉลี่ยอย่างน้อย ร้อยละ 20 ต่อปี หรือมีการเติบโตของจำนวนพนักงานหรือเงินเดือนพนักงานขั้นต่ำ ร้อยละ 20 ต่อปี

Davila, Foster, and Jia (2010) ให้ข้อคิดเห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) คือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เป็นหน่วยงานอิสระและมีการดำเนินกิจการมาเป็นเวลาน้อยกว่า 10 ปี รวมถึงมีการเพิ่มขึ้นของจำนวนพนักงานอย่างน้อย 50-150 คน (ขึ้นอยู่กับสาขาของอุตสาหกรรม)

Goedhuys and Sleuwaegen (2010) ให้ข้อสรุปว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) คือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการดำเนินกิจการมาแล้วน้อยกว่า 5 ปี และมีอัตราการเติบโตอย่างน้อยร้อยละ 10 ต่อปี ในช่วงระยะเวลา 3 ปี (ทั้งในด้านของผลประกอบการ และ/ หรือจำนวนพนักงาน) และมีจำนวนพนักงานอย่างน้อย 5 คน ในช่วงสิ้นสุดปีของปีที่สองของการดำเนินกิจการ

Janczak and Bares (2010) ได้กล่าวไว้ว่า ในการให้คำจำกัดความของวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ไว้ว่า ส่วนใหญ่จะหมายถึง วิสาหกิจที่มีอัตราการเติบโตของยอดขายอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี โดยมีระยะเวลาการเติบโตนี้ 3 ปี ติดต่อกัน หรือมากกว่า

จากนิยามที่กล่าวมา แสดงให้เห็นถึงคำจำกัดความที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ซึ่งมีคุณลักษณะที่สำคัญคือมีขนาดของกิจการ

(ทั้งในด้านของเงินทุน จำนวนแรงงาน เงินเดือนพนักงาน ผลประกอบการ ฯลฯ) ที่มีขนาดค่อนข้างเล็กในช่วงก่อตั้งกิจการ แต่สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาต่อเนื่องหลายปีติดต่อกัน โดยส่วนใหญ่วัดอัตราการเติบโตจากผลประกอบการ จำนวนพนักงาน หรือเงินเดือนรวมของพนักงานในองค์กร ซึ่งการเติบโตดังกล่าวอาศัยปัจจัยด้านกลยุทธ์ขององค์กร เทคโนโลยีการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานรวมถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เทคโนโลยี และการส่งเสริมจากภาครัฐอย่างเหมาะสม เป็นปัจจัยผลักดันให้มีการเติบโต

นิยามอีกกลุ่มหนึ่งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) คือชื่อเรียกกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงว่ากลุ่มเปรียบเสมือน กวางแกแซล ซึ่งเป็นสัตว์แห่งท้องทุ่งแอฟริกาที่มีความรวดเร็วและยืดหยุ่น นิยามดังกล่าวพยายามฉายภาพให้เห็นถึงความแตกต่างขององค์กรวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง กับองค์กรขนาดใหญ่ในธุรกิจดั้งเดิม เพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอสรุปประเด็นนี้พอสังเขป ดังนี้

Birch (1981 cited in Brinkley, 2008) เป็นนักวิชาการรายแรกที่กล่าวถึงความแตกต่างของประเภทวิสาหกิจจากความรวดเร็วในการเติบโต โดยได้กล่าวนิยามประเภทของวิสาหกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาไว้ 4 กลุ่ม ตั้งแต่กว่า 30 ปีที่ผ่านมา โดยสามารถจัดประเภทกลุ่มวิสาหกิจออกได้เป็น

Gazelles คือ วิสาหกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และมีผลสืบต่อในอนาคต เช่น ไมโครซอฟต์ และเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่ก่อให้เกิดงานใหม่ ๆ

Elephants คือ วิสาหกิจขนาดใหญ่ หรือบริษัทมหาชน ที่มีการจ้างงานจำนวนมาก

Mice คือ วิสาหกิจขนาดเล็กที่ยังคงไว้ซึ่งความเป็นธุรกิจขนาดเล็กอยู่

Gorillas คือ กลุ่มบริษัทแกแซลที่เติบโตอย่างรวดเร็วและกลายเป็นองค์กรซึ่งเป็นผู้นำในกลุ่มธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มธุรกิจที่มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง

Birch et al. (1997) ทำการศึกษาข้อมูลขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าร้อยละ 3 ของธุรกิจที่เติบโตเร็วที่สุด หรือที่เรียกว่า “ธุรกิจกลุ่มกวางแกแซล” ซึ่งก็คือ กลุ่มบริษัทที่เป็นองค์กรธุรกิจขนาดย่อมที่มีอัตราการเติบโตของยอดขายร้อยละ 20 หรือมากกว่า เป็นเวลา 4 ปี ติดต่อกัน โดยมียอดขายในการดำเนินกิจการเริ่มต้นอย่างน้อย 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งธุรกิจในกลุ่มกวางแกแซลนี้เป็นที่ทราบกันดีว่าเป็นกลุ่มบริษัทที่ก่อให้เกิดการจ้างงานใหม่ ๆ จำนวนมาก โดยบริษัทในกลุ่มนี้สามารถสร้างงานได้มากกว่าร้อยละ 70 ของจำนวนงานใหม่ทั้งหมดระหว่างปี ค.ศ. 1992 และ 1996

Lilischkis (2013) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า วิสาหกิจมีชื่อเรียกว่า “กวางแกแซล” เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง โดยมีการให้คำจำกัดความวิสาหกิจในกลุ่มกวาง

แกเซลนี้ไว้ว่า เป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง มีอายุการดำเนินงานมา 5 ปี หรือน้อยกว่า โดยดำเนินการก่อนระยะเวลาในการติดตามผลการดำเนินการ 3 ปี ทั้งนี้ การใช้สัตว์แทนสัญลักษณ์ของวิสาหกิจที่บ่งบอกถึงการเติบโตเป็นที่นิยมในการกล่าวถึงวิสาหกิจที่มีการเติบโต (High growth enterprises) ซึ่งนอกเหนือจากวงแกเซล ยังมีวิสาหกิจในกลุ่ม “กอริลล่า” ที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วเช่นกัน แต่แตกต่างกันที่วิสาหกิจในกลุ่ม “กอริลล่า” นี้ เป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตและขยายขนาดเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่เข้าสู่ตลาดในระดับสากลในเวลาอันรวดเร็ว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวิสาหกิจในกลุ่มที่อยู่ในตลาดเทคโนโลยีขั้นสูง

เมื่อพิจารณาจากปัจจัยด้านการเติบโต ตามเกณฑ์ที่กล่าวมาก่อนหน้านี้ ผู้วิจัยเห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สอดคล้องเข้าข่ายเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ได้แก่ กลุ่มวงแกเซล และกลุ่มกอริลล่า ส่วนอีก 2 กลุ่มที่เหลือไม่อยู่ในข่ายการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า วิสาหกิจที่เรียกกันว่า “กลุ่มวิสาหกิจวงแกเซล” (Gazelle) หรือ กอริลลา (Gorilla) นี้ มีความน่าสนใจมาก เนื่องจากวิสาหกิจกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ และยังพบว่าวิสาหกิจในกลุ่มดังกล่าวนี้นับมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพและให้ผลตอบแทนสูง และเพิ่มมูลค่าให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศ จึงได้กลายเป็นกระแสสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

และจากข้อมูลทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปลักษณะและเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขอบเขตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ได้ดังตารางที่ 2-1

ตารางที่ 2-1 สรุปลักษณะและเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขอบเขตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs)

ที่	ลักษณะ	เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขอบเขต
1	การเติบโตทางเศรษฐกิจของ กลุ่มธุรกิจ High-growth (Economic growth)	<ul style="list-style-type: none"> - ยอดขายเพิ่มขึ้น (ระหว่างร้อยละ 15 ถึง 30 ต่อปี) ตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป จนถึงสูงสุด 5 ปีต่อเนื่อง (Siegel, Siegel, & MacMillan, 1993; National Commission on Entrepreneurship, 2001; OECD, 2007; Storey, 2001; Autio (2007); Goedhuys and Sleuwaegen, 2010; Janczak & Bares, 2010) - การเติบโตของผลิตภาพของประเทศ (OECD, 1997)
2	การจ้างงาน (Employment)	<ul style="list-style-type: none"> - มีการสร้างงาน (OECD, 1997) - จำนวนพนักงานที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 15-30 ต่อปี (National Commission on Entrepreneurship, 2001; OECD, 2007; Davila et ail., 2010) - มีการจ้างงานพนักงานที่มีระดับคุณสมบัติสูงกว่า องค์กร โดยทั่วไป (EIM, 2006) - รายได้รวมพนักงาน (Aggregated salary) ที่เพิ่มขึ้น (OECD, 2007)
3	การฝึกอบรมและพัฒนา ทักษะของพนักงาน	<ul style="list-style-type: none"> - มีการจัดสรรเวลาและงบประมาณในการฝึกอบรม และพัฒนาทักษะของพนักงาน (EIM, 2006)
4	ระดับความเข้มข้นของ เทคโนโลยี (Technological intensiveness)	<ul style="list-style-type: none"> - มีการใช้เทคโนโลยีในองค์กรมากกว่าองค์กร โดยทั่วไป (EIM, 2006) - มีนวัตกรรม (Janczak & Bares, 2010)
5	อื่น ๆ	<ul style="list-style-type: none"> - คำแนะนำ โดยเจ้าของกิจการเดิม (Autio, 2007) - เป็นวิสาหกิจอิสระ ปราศจากการควบคุมโดยวิสาหกิจ อื่น ๆ โดยดำเนินกิจการมาไม่น้อยกว่า 10 ปี (Davila et al., 2010)

ทั้งนี้ จากคำจำกัดความหรือตารางสรุปข้างต้น สามารถสรุปเพื่อเป็นขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้ได้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) หมายถึง “กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอัตราการเติบโตด้านผลประกอบการ (ยอดขาย) หรือจำนวนพนักงานในองค์กร เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี ตลอดระยะเวลา 3 ปี ต่อเนื่องกัน โดยอาจมีการจัดสรรเวลาและงบประมาณในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานและการใช้เทคโนโลยีในองค์กรมากกว่าองค์กรทั่วไป”

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (Theory on high growth SMEs)

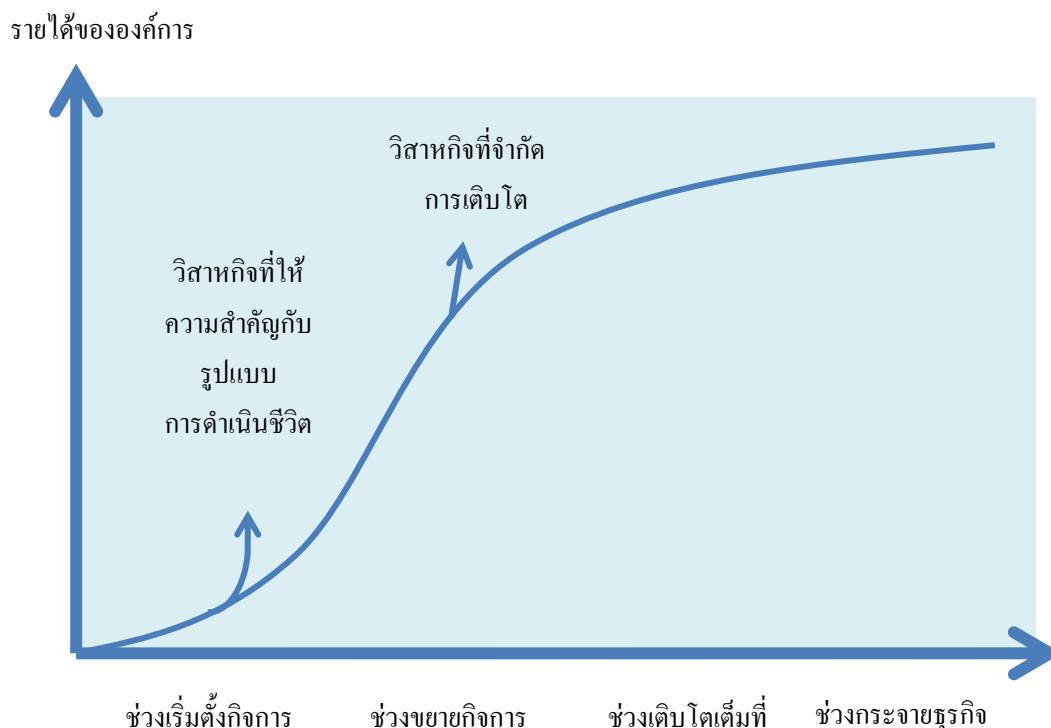
ในการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) นั้น พบว่ามีแนวคิดสำคัญอยู่จำนวน 4 กลุ่ม ซึ่งพยายามอธิบายเกี่ยวกับวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงจากมุมมองที่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวัฏจักรการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Life cycle)
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
3. กลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโต (Strategies and factors influencing high growth SMEs) ทั้งในด้านที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม, ความรู้และทรัพยากรขององค์กร, การตลาดที่ส่งเสริมการเติบโตของ SMEs และการดำเนินธุรกิจในระดับสากล (SMEs Internationalization)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการสนับสนุนการสร้างเครือข่ายหรือการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมแบบคลัสเตอร์

ผู้วิจัยจึงได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับวัฏจักรการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Life cycle)

จากการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก) ได้สรุปโมเดลวงจรการเติบโต (Life-cycle model) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตามแนวคิดของ Hanks, Watson, Jansen, and Chandler (1993) โดยแบ่งช่วงของการเติบโตออกเป็น 4 ช่วง ด้วยกัน และยังรวมถึงช่วงการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่จำกัดการเติบโตของตนเอง (Two disengagement/ arrested development) อีก 2 ช่วงด้วย ดังแสดงในภาพที่ 2-1



ภาพที่ 2-1 วงจรการเติบโต (Life cycle) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs' Growth stages) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ก)

จากภาพที่ 2-1 จะเห็นได้ว่า มีช่วงการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งสามารถอธิบายได้พอสังเขป ดังนี้

ช่วงเริ่มต้น (Start-up) เป็นช่วงของการเริ่มดำเนินกิจการ โดยในช่วงนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีโครงสร้างเรียบง่าย และมีระดับการบริหาร (Organizational level) ค่อนข้างต่ำ การตัดสินใจและการดำเนินการจะมีรูปแบบเป็นแบบรวมศูนย์ (Centralize) โดยอำนาจการตัดสินใจจะอยู่ที่ผู้เป็นเจ้าของกิจการ และมีรูปแบบการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal) การทำงานยังค่อนข้างไม่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Little functional specialization) มักมุ่งเน้นความสนใจไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product development) เป็นวิสาหกิจที่มีอัตราการเติบโตอยู่ในระดับสูง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยของยอดขายอยู่ที่ร้อยละ 91 ต่อปี และอัตราการเติบโตของจำนวนพนักงานเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 29 ต่อปี

ช่วงการขยายกิจการ (Expansion) ช่วงนี้จะเกิดขึ้นต่อจากช่วงเริ่มต้น ซึ่งวิสาหกิจเริ่มมีอายุเพิ่มมากขึ้น และมีขนาดค่อนข้างใหญ่กว่าวิสาหกิจในช่วงเริ่มต้น มีการจัดโครงสร้างองค์กรที่ซับซ้อนขึ้น และมีระดับการบริหาร (Organizational level) ปานกลาง ในส่วนของการตัดสินใจนั้น

ยังคงเป็นไปในรูปแบบของการตัดสินใจที่รวมศูนย์ (Very centralized) โดยมีระบบการสื่อสารที่ค่อนข้างเป็นทางการมากขึ้น (More formal) มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการทำงานมากขึ้น และให้ความสนใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Product commercialization) เป็นหลัก มีค่าเฉลี่ยของอัตราการเติบโตของผลประกอบการอยู่ที่ร้อยละ 297 ต่อปี และอัตราการเติบโตของจำนวนพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 94 ต่อปี

ช่วงการเติบโตเต็มที่ (Maturity) ในช่วงนี้วิสาหกิจอาจมีอายุโดยเฉลี่ยไม่แตกต่างจากในช่วงการขยายกิจการ (Expansion stage) แต่จะมีลักษณะที่แตกต่างจากวิสาหกิจในขั้นการขยายกิจการคือ มีขนาดใหญ่กว่าช่วงการขยายกิจการประมาณ 2 เท่า มีระดับการบริหาร (Organizational level) ที่สูงขึ้น รูปแบบการตัดสินใจของวิสาหกิจเริ่มเปลี่ยนเป็นกระจายอำนาจมากขึ้น และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางมากขึ้น มีอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 99 ต่อปี และอัตราการเติบโตของจำนวนพนักงานอยู่ที่ร้อยละ 28 ต่อปี

ช่วงการกระจายธุรกิจ (Diversification) วิสาหกิจที่อยู่ในช่วงนี้ มักเป็นธุรกิจขนาดกลาง (Medium-sized enterprises) ซึ่งมีโครงสร้างในลักษณะแยกเป็นฝ่ายต่าง ๆ (Divisionalised structures) มีรูปแบบการตัดสินใจที่ค่อนข้างกระจายอำนาจมากยิ่งขึ้นไปอีก และมีรูปแบบการสื่อสารที่เป็นทางการมากที่สุด มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในระดับสูง และมีอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 37 ต่อปี และอัตราการเติบโตของจำนวนพนักงานเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 57 ต่อปี

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แสดงให้เห็นว่าองค์กรมีการเติบโตของขนาดตามอายุขององค์กรที่มากขึ้น ซึ่งแนวคิดด้านวงจรการเติบโต (Life cycle) ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายกระบวนการเติบโตใน SMEs ได้

นอกจากนั้น Kazanjian and Drazin (1989) ยังพบลักษณะการเติบโตที่คล้ายคลึงกันในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้เทคโนโลยีสูงด้วยเช่นกัน

รวมถึง Hanks et al. (1993) ยังอธิบายเพิ่มเติมว่า มีองค์กรอีก 2 ประเภท ซึ่งไม่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเหมือนกับองค์กรในช่วงต่าง ๆ ที่กล่าวมา ได้แก่

องค์กรที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับรูปแบบการดำเนินชีวิต (Life-style firms) องค์กรประเภทนี้มักมีขนาดใหญ่กว่าองค์กรในขั้นเริ่มก่อตั้งกิจการ (Start-up) แต่มักมีอายุขององค์กรมากกว่า โดยลักษณะและโครงสร้างขององค์กรมีลักษณะหลายประการที่คล้ายกับองค์กรในช่วงเริ่มก่อตั้งกิจการ มีอัตราการเติบโตของยอดขายประกอบการเฉลี่ยร้อยละ 34 ต่อปี แต่ไม่มีการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น องค์กรธุรกิจประเภทนี้มีลักษณะขององค์กรที่ไม่มีการเติบโตต่อไปตามขั้นของวงจรการเติบโตขององค์กร และรักษาสภาพขององค์กรให้เป็นธุรกิจขนาดย่อม (Small

enterprises) อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเกิดจากเหตุผลสำคัญ คือ การที่เจ้าของกิจการมีการตัดสินใจรักษาขนาดขององค์กรให้มีขนาดเล็กไว้โดยตั้งใจ เนื่องจากเหตุผลส่วนตัวด้านการเลือกรูปแบบดำเนินชีวิต

องค์กรที่จำกัดการเติบโต (Capped Growth) องค์กรธุรกิจประเภทนี้มักมีขนาดค่อนข้างใหญ่กว่าองค์กรในช่วงการขยายกิจการ (Expansion) แต่ก็มีอายุขององค์กรมากกว่า ลักษณะโครงสร้างขององค์กรมีความซับซ้อนน้อยกว่าองค์กรในช่วงการขยายกิจการ โดยมีอัตราการเติบโตของยอดขายเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 44 ต่อปี ซึ่งน้อยกว่าอัตราการเติบโตของวิสาหกิจในช่วงการขยายกิจการมาก และมีอัตราการเติบโตของจำนวนพนักงานเพียงร้อยละ 4 ต่อปี ทั้งนี้้องค์กรธุรกิจที่จำกัดการเติบโต (Capped growth) นี้ มีความตั้งใจในการลดระดับการเติบโตหลังจากประสบความสำเร็จในการขยายกิจการหลังจากช่วงก่อตั้งกิจการ

ในประเทศสหรัฐอเมริกาเมืองธุรกิจขนาดย่อมมากกว่าร้อยละ 90 ของธุรกิจทั้งหมด แต่ข้อมูลเกี่ยวกับวงจรการเติบโตของธุรกิจเหล่านี้กลับยังไม่เป็นหนึ่งเดียวกัน Gilkey (2013) ได้ให้ข้อคิดเห็นในหนังสือ The small business life cycle ว่าหากผู้ประกอบการรู้ว่าธุรกิจของตนอยู่ในตำแหน่งใด ก็จะสามารถกำหนดรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจได้ดี แต่อย่างไรก็ตามวิธีการดำเนินธุรกิจในช่วงที่ผ่านมาซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ก็อาจจะไม่สามารถนำมาใช้อย่างได้ผลในปีหรือปีต่อ ๆ ไปก็ได้ แต่ถ้าหากเรารู้ว่าธุรกิจของเราอยู่ในตำแหน่งใด เราก็จะสามารถกำหนดได้ว่าอะไรคือสิ่งที่เราจะต้องทำในปัจจุบัน และอะไรคือสิ่งที่เราจะต้องวางแผนที่จะทำต่อไปในอนาคต และแน่นอนว่าธุรกิจแต่ละประเภทย่อมมีรูปแบบวงจรการเติบโตของธุรกิจ (Business life cycle) ที่แตกต่างกัน

Degenhardt, Stamm, and Zehdnicker (2002) ได้อธิบายโมเดลวงจรของธุรกิจไว้ว่า โมเดลวงจรของธุรกิจจะแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการเติบโตของธุรกิจในลักษณะของ S-Shape โดยอ้างอิงแนวคิดของ Hanks et al. (1993) กล่าวคือ ธุรกิจจะมีการเติบโตอย่างช้า ๆ ในช่วงเริ่มต้น และเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงถัดมา จนถึงจุดอิ่มตัวและท้ายที่สุดจะเริ่มดำเนินไปอย่างช้า ๆ และถดถอยลงในช่วงท้าย

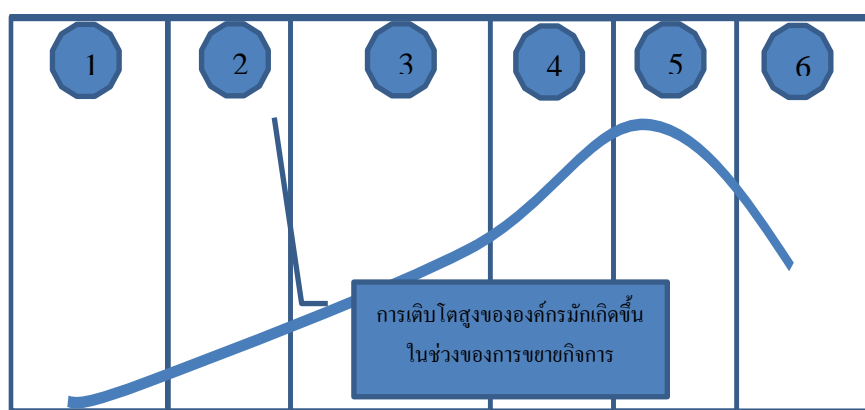
คอตเลอร์ และคณะ (2546 อ้างถึงใน มนัสศิริ เผือกสกนธ์, 2546) ได้ให้ความเห็นว่า ถ้าความสามารถในการอยู่รอดอย่างยั่งยืนคือหัวใจหลัก คำถามที่จะตามมา ก็คือ แล้วองค์กรจะสามารถอยู่รอดอย่างยั่งยืนได้อย่างไร เพื่อตอบคำถามนี้คอตเลอร์ใช้แบบจำลองซึ่งประยุกต์มาจาก Hurst (1990 อ้างถึงใน มนัสศิริ เผือกสกนธ์, 2546) สามารถสรุปสาระสำคัญได้ว่า ในวงจรการดำเนินธุรกิจนั้นจะประกอบไปด้วย 3 ช่วงเวลา คือ

ช่วงที่ 1 เป็นช่วงเวลาเริ่มต้น (Emergent) เป็นช่วงเวลาที่ต้องเลือกว่าจะดำเนินธุรกิจอะไร จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างไรเพื่อให้ธุรกิจเกิดเป็นจริงขึ้นมา เป็นช่วงที่ต้องดำเนินการทุกอย่างด้วยความรวดเร็วฉับไว ทุกคนในองค์กรมีจิตใจมุ่งมั่นที่จะฝ่าฟันไปข้างหน้า เป็นช่วงที่ยังไม่มีการวางระบบงาน มีแต่ความมุ่งมั่นของทุกคนที่จะไปยังจุดหมายเดียวกัน

ช่วงที่ 2 เป็นช่วงเวลาแห่งหลักการและเหตุผล (Rational) เป็นช่วงที่เกิดขึ้นตามมาเมื่อธุรกิจเริ่มอยู่ตัว เป็นช่วงเวลาที่ทุกคนมีความสឹกหิมและมั่นใจในกลยุทธ์ขององค์กรเป็นอย่างมาก จากการฝ่าช่วงเริ่มต้นมาได้ เป็นช่วงเวลาที่มีการพัฒนาระบบงานที่ดีขึ้น ทุกคนทำงานอย่างมีระบบ มีหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ธุรกิจเองก็มีทิศทางที่ชัดเจน แต่ผลที่ตามมา ก็คือทุกคนก็จะห่วงแต่งงานในส่วนงานที่ตนรับผิดชอบมากกว่าจุดมุ่งมั่นขององค์กร มีผู้ตามที่ดี และผู้นำอาจจะไม่ค่อยมีเวลาในการพบปะกับคนในองค์กรหรือลงลึกในรายละเอียดมากนัก คนในองค์กรจะต้องช่วยกันอย่างแข็งขันในการป้อนข้อมูลย้อนกลับให้กับผู้นำ เพื่อวางกลยุทธ์ให้กับองค์กร อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของภาวะตลาด

ช่วงที่ 3 เป็นช่วงของการทำลายอย่างสร้างสรรค์ (Constrain) เป็นช่วงที่ผู้นำต้องต่อสู้กับความยากลำบากกับสถานการณ์ที่เลวร้าย ตลอดจนคนในองค์กรที่เริ่มมีปัญหา เพื่อเคลื่อนไหวไปสู่การเปลี่ยนแปลงขององค์กร เป็นช่วงที่ต้องลบล้างค่านิยมที่ไม่เหมาะสมให้หมดไป และสร้างค่านิยมใหม่ที่มีอนาคต มีความหวัง และเหมาะสม นำไปสู่ช่วงเวลาของการเริ่มต้นอีกครั้ง

Gibcus (2006) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่าการพัฒนาการของวงจรธุรกิจนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ช่วงสำคัญ ดังภาพที่ 2-2

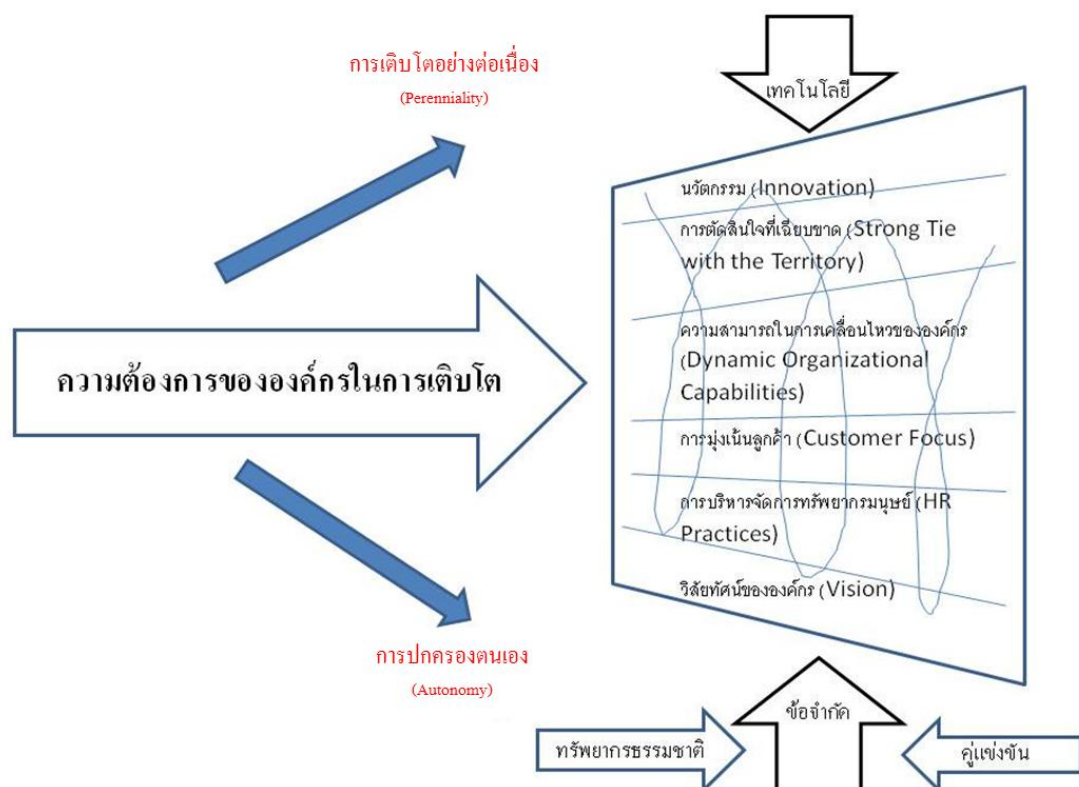


ภาพที่ 2-2 วงจรธุรกิจ (EIM, 2006 cited in Gibcus, 2006)

จากภาพที่ 2-2 จะเห็นได้ว่าวงจรธุรกิจประกอบไปด้วย 6 ช่วง คือ

ช่วงการเตรียมการ (Preparation) เป็นช่วงของการนำเสนอแนวคิดในการก่อตั้งกิจการ (1)
 ช่วงเริ่มต้นกิจการ (Start-up) เป็นช่วงที่เริ่มก่อตั้งกิจการ (2)
 ช่วงขยายกิจการ (Expansion) เป็นช่วงของการเติบโตและพัฒนา (3)
 ช่วงรวบรวม (Consolidation) เป็นช่วงที่ยังคงมีการเติบโต แต่การเติบโตค่อนข้างคงที่ (4)
 ช่วงแห่งความหลากหลาย (Diversification) เป็นช่วงที่องค์กรมีขนาดคงที่ (5)
 ช่วงถดถอย (Decline) เป็นช่วงแห่งความล้าสมัยขององค์กร บางครั้งมีการหดตัว (6)
 อย่างไรก็ตาม Gibcus (2006) พบว่า การเติบโตสูงขององค์กรมักเกิดขึ้นในช่วงของการขยายกิจการ (Expansion phase)

Janczak and Bares (2010) ได้นำเสนอ โมเดลของการเจริญเติบโต (Growth model) ซึ่งประกอบด้วย 6 ตัวขับเคลื่อน (Driver) เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน ดังแสดงในภาพที่ 2-3



ภาพที่ 2-3 โมเดลของการเจริญเติบโต (Growth model) (Janczak & Bares, 2010)

จากภาพที่ 2-3 จะเห็นได้ว่าโมเดลของการเจริญเติบโต (Growth model) นี้แสดงให้เห็นถึงตัวขับเคลื่อนในการเติบโตของวิสาหกิจทั้ง 6 ตัว ประกอบไปด้วย

1. นวัตกรรม (Innovation)
2. การตัดสินใจที่แข็งแกร่ง (Strong tie with the territory)
3. ความสามารถในการเคลื่อนไหวขององค์กร (Dynamic organizational capabilities)
4. การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer focus)
5. การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HR Practices) และ
6. วิสัยทัศน์ขององค์กร (Vision)

และ Janczak and Bares (2010) ยังพบว่า ผู้ประกอบการของวิสาหกิจบางแห่งเท่านั้นที่มีความต้องการในการเติบโตและมีความสามารถในการเติบโต นอกจากนี้โมเดลนี้ยังชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีและการแข่งขันเป็นตัวแปรสอดแทรก (Moderating variable) ขององค์กร

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับวงจรธุรกิจข้างต้น จะพบว่าวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงมักจะอยู่ช่วงของการขยายกิจการ (Expansion) ของวงจรธุรกิจ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

Gibcus (2006) ได้ให้ทัศนะไว้ว่า ผู้บริหารขององค์กรนั้นมีบทบาทที่สำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นด้านต้นทุน ด้านราคา หรือแม้แต่การนำเสนอบริการที่ดีที่สุด เป็นต้น องค์กรที่จะมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนได้นั้น จะต้องมีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ อาทิเช่น กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าซึ่งไม่ใช่เกิดจากการลอกเลียนแบบจากคู่แข่งหรือเปิดโอกาสให้คู่แข่งลอกเลียนแบบได้ นั้นหมายถึงว่าวิสาหกิจจะต้องมีตลาดเฉพาะของสินค้านั้น ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็จากการใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยกลยุทธ์เฉพาะขององค์กร

Gibcus et al. (2006) ได้ทำการศึกษาทฤษฎีสำคัญเกี่ยวกับวิวัฒนาการและการปฏิบัติการพัฒนาการเติบโตขององค์กร ซึ่งมีการศึกษาและรวบรวมไว้ในหลากหลายมุมมอง ซึ่ง Gibcus et al. (2006) ได้สรุปภาพรวมโดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ

1. ด้านตลาดและอุตสาหกรรม โดยได้ให้ความเห็นไว้ว่าบ่อยครั้งที่พบว่าอุปสรรคสำคัญในการเติบโตของวิสาหกิจ คือ การขาด Market power และความแรงในการเข้าสู่ตลาดเกิดใหม่
2. ด้านความเป็นผู้ประกอบการ/ การบริหารจัดการ กล่าวคือ การที่วิสาหกิจจะประสบความสำเร็จในการเติบโตนั้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมาก ก็คือ ผู้ประกอบการ/ การบริหารจัดการ

ซึ่งเป็นผู้ที่จะทำให้องค์กรเกิดการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน และความรู้ความสามารถขององค์กร

3. ด้านความเฉพาะเจาะจงขององค์กร โดยให้ความคิดเห็นไว้ว่า พื้นฐานทรัพยากรด้านต่าง ๆ ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรในด้านนวัตกรรม, สินค้าและบริการ, ขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาดหรือเทคโนโลยี การเข้าถึงแหล่งเงินทุน อายุและขนาดของวิสาหกิจ เป็นต้น ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งสำคัญต่อการเติบโตขององค์กร เนื่องจากจะเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสามารถในการปฏิบัติงานขององค์กร

Zhou and Wit (2009) ได้สรุปไว้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กร ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

1. ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ (Individual determinants)

ในการเติบโตขององค์กรนั้น การตัดสินใจและกำหนดแนวทางในการดำเนินงานของผู้ประกอบการเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้น ปัจจัยด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่สนับสนุนให้เกิดการเติบโตจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่ง Zhou and Wit (2009) ได้สรุปไว้ว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่สำคัญ ได้แก่

1.1 คุณสมบัติส่วนบุคคล เช่น ความต้องการบรรลุเป้าหมาย (Need for achievement) การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking propensity) ความเชื่อมั่นต่อผลของการกระทำของตน (Locus of control) ความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรบุคคล ทักษะหรือความรู้ความสามารถ (Self-efficacy) ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและรักษาความสัมพันธ์นั้นไว้ (Extraversion)

1.2 แรงบันดาลใจในการเติบโต (Growth motivation inspiration)

1.3 ความรู้ความสามารถส่วนบุคคล (Individual competencies) ซึ่งได้แก่ ความรู้ ทักษะ และ/หรือความสามารถในการทำงานที่มีความเฉพาะเจาะจง ซึ่งอาจเป็นความรู้ความสามารถส่วนบุคคล หรือความรู้ความสามารถขององค์กรก็ได้

1.4 พื้นฐานส่วนบุคคล (Personal background) ซึ่งหมายความรวมถึงพื้นฐานส่วนบุคคลทั่วไป เช่น เพศ อายุ การศึกษา และประสบการณ์ เป็นต้น

2. ปัจจัยด้านองค์กร (Organizational determinants)

เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตขององค์กร ซึ่งได้แก่

2.1 ปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กร (Firm attributes) เช่น อายุและขนาดขององค์กร

2.2 กลยุทธ์องค์กร (Firm strategies) โดยมองได้ใน 2 มุมมอง คือ มุมมองด้านตลาด (Market orientation) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของยอดขายสินค้าและบริการ หรือผลการประกอบการของวิสาหกิจ และมุมมองด้านผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation) ซึ่งได้แก่นวัตกรรม, การดำเนินกิจกรรมเชิงรุก และการยอมรับความเสี่ยง (Risk taking) ขององค์กร

2.3 ทรัพยากรเฉพาะขององค์กร (Firm specific resources) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตขององค์กร ได้แก่ ทรัพยากรพื้นฐานขององค์กร (Resource-based view) ทรัพยากรด้านการเงิน (Financial resources) และทรัพยากรบุคคลขององค์กร (Human capital)

2.4 การจัดโครงสร้างองค์กร (Organizational structure)

2.5 ชีตความสามารถในการยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ขององค์กร (Dynamic capability) ซึ่งจะดำเนินการในรูปแบบขององค์กรแห่งการเรียนรู้ หรือรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร

3. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม (Environmental determinants)

สภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ขององค์กรจะแปรเปลี่ยนไปเนื่องจากปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมในด้านการตลาดและเทคโนโลยี การปรับตัวขององค์กรต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม อุปสรรคขององค์กรที่สืบเนื่องมาจากการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น และด้านการส่งเสริมการเติบโตขององค์กร

Nkonoki (2010) ได้กล่าวถึงทฤษฎีของ D.J. Storey (1994) ที่เกี่ยวข้องกับ การเติบโตของวิสาหกิจว่าประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1. ทรัพยากรเริ่มต้นของผู้ประกอบการ (The starting resources of the entrepreneur(s))
2. องค์กร (The firm) และ
3. กลยุทธ์ (The strategy)

ซึ่งในส่วนที่มีผลต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของวิสาหกิจนั้น Nkonoki (2010) กล่าวว่าคือ ส่วนที่ซ้อนทับกันของปัจจัยทั้ง 3 ส่วนนี้

1. ทรัพยากรเริ่มต้นของผู้ประกอบการ (The starting resources of the entrepreneur(s)) ปัจจัยด้านผู้ประกอบการที่กล่าวถึงนี้จะหมายถึง คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ หรือผู้บริหารซึ่งมีหน้าที่ในการบริหารจัดการทรัพยากรในองค์กร ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ ได้แก่ แรงกระตุ้น ประสบการณ์จากการว่างงาน การศึกษา ประสบการณ์ในการบริหารจัดการ จำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ ประวัติการจ้างงาน พื้นฐานครอบครัว ระดับในสังคม ทักษะเฉพาะทางการฝึกอบรม ประวัติความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ประสบการณ์ในสาขาธุรกิจ ขนาดขององค์กรที่มีประสบการณ์มาก่อนหน้านี้ เพศ เป็นต้น

2. องค์กร (The firm)

คุณลักษณะในปัจจุบันนี้จะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจของผู้ประกอบการในการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจ เช่น การเลือกรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ทำเลที่ตั้ง หรือสาขาของธุรกิจที่ประกอบกิจการ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่บ่งบอกถึงการเติบโตขององค์กร ได้แก่ อายุของกิจการ จำนวนสาขาของกิจการ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (ตามกฎหมาย) ทำเลที่ตั้งขนาดขององค์กร และลักษณะของความเป็นเจ้าของ เป็นต้น

3. กลยุทธ์ (The strategy)

ในที่นี้จะหมายถึงคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการหรือองค์กรดำเนินการ ซึ่งนำไปสู่การเติบโตอย่างรวดเร็ว ได้แก่ การฝึกอบรมพนักงาน การฝึกอบรมผู้บริหาร ความเป็นธรรมในการแข่งขัน ใฝ่กับตลาดภายนอกความซับซ้อนของเทคโนโลยี ตำแหน่งทางการตลาด การปรับเปลี่ยนตลาดการวางแผนงานผลิตภัณฑ์ใหม่ การสรรหาผู้บริหาร การสนับสนุนจากภาครัฐ การให้ความสำคัญใฝ่ใจกับลูกค้า การแข่งขัน ข้อมูลข่าวสารและข้อเสนอแนะต่าง ๆ การส่งออก เป็นต้น

Sheppard (2010) ได้ทำการศึกษาปัญหาสำคัญในด้านกลยุทธ์การจัดการและการกำหนดนโยบายว่ามีสิ่งใดบ้างที่ทำให้วิสาหกิจเกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วในประเทศแคนาดา ซึ่ง Sheppard (2010) เห็นว่าการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้มีผลทำให้สัดส่วนในการสร้างงานใหม่ ๆ สูงขึ้น โดยได้ทำการศึกษาเพื่อค้นหาว่าตัวแปรต่อไปนี้ ตัวแปรใดที่มีความสำคัญ ได้แก่

1. ตัวแปรด้านความใฝ่ใจของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation) ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้านสำคัญ คือ นวัตกรรม (Innovativeness) การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking) การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) ความเป็นอิสระ (Autonomy) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressive)

2. ตัวแปรด้านความใฝ่ใจในการตลาด (Market orientation) ซึ่งประกอบด้วย 2 ด้าน คือ การตอบสนองทางการตลาด (Responsive market orientation) และการดำเนินการตลาดเชิงรุก (Proactive market orientation)

3. ตัวแปรด้านความสามารถในการเข้าถึงเครือข่าย (Network competence) ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ด้าน คือ การวางแผน (Planning) การจัดการ (Organizing) การจัดการบุคคล (Staffing) การควบคุม (Controlling) การริเริ่มสร้างสรรค์ (Initiation) การแลกเปลี่ยน (Exchange) และการประสานความร่วมมือ (Coordination)

4. ตัวแปรด้านความใฝ่ใจในด้านนวัตกรรม (Innovation orientation) ซึ่งเป็นตัวแปรเชิงลึกเพิ่มเติมจากด้านความใฝ่ใจของผู้ประกอบการ โดยมุ่งเน้นไปที่ร้อยละของการให้ความสำคัญในการวิจัยและพัฒนา (Research and development) ร้อยละของพนักงานในหน่วยงานวิจัยและ

พัฒนา จำนวนสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่เข้าสู่ตลาดก่อนคู่แข่งชั้น ร้อยละของยอดขายสินค้าและบริการที่เข้าสู่ตลาดใหม่ แหล่งกำเนิดของการพัฒนานวัตกรรม การเปิดตลาดใหม่ในระดับต่าง ๆ ให้กับสินค้าและบริการและการบรรลุเป้าหมายด้านเทคโนโลยี

โดยมีตัวแปรด้านคุณลักษณะทั่วไปขององค์กร เช่น อายุ สถานที่ตั้ง สภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ เป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ตลอดจนแหล่งทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร และการเข้าสู่ตลาดในระดับสากลเป็นข้อมูลประกอบการศึกษา

ทั้งนี้ Sheppard (2010) พบว่า วิสาหกิจที่มีการเติบโตที่สูงนั้นมีลักษณะของการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ตลอดจนมีความใส่ใจของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation) และความใส่ใจในการตลาด (Market orientation) ตลอดจนความสามารถในการจัดการกับเครือข่ายทางธุรกิจ (Network competence) ประกอบกันและยังพบว่าสำหรับประเทศเคนาดานั้น สถาบันส่งเสริมการพัฒนาด้านการตลาด เครือข่ายธุรกิจและนวัตกรรม มีส่วนในการช่วยพัฒนาวิสาหกิจให้เกิดการเติบโตที่สูงด้วย

Morris (2011) ทำการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อกระทบต่อการเติบโตของวิสาหกิจโดยทำการศึกษาข้อมูลผู้ประกอบการกว่า 70,000 ราย พบว่า วิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงสามารถสร้างงานได้จำนวนมาก ทั้งนี้ ผู้ประกอบการที่ทำให้วิสาหกิจมีการเติบโตสูงนั้นพบได้ไม่มากนัก ผู้ประกอบการเหล่านี้มีความต้องการให้วิสาหกิจเติบโต เนื่องจากต้องการรายได้ที่เพิ่มขึ้น และส่วนใหญ่มักดำเนินการในลักษณะมีผู้ร่วมก่อตั้ง และมุ่งเน้นไปที่การนำกิจการสู่ระดับโลก และมักมีการศึกษาในระดับที่สูงกว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจทั่วไป

Lockett et al. (2013) ได้สรุปไว้ว่า การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs นั้นจะขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการเติบโตของธุรกิจ ซึ่งมักจะถูกกำหนดโดยวิสาหกิจต้นน้ำ โดยมีปัจจัยที่ช่วยในการส่งเสริมสนับสนุนให้การเติบโตเป็นไปด้วยความรวดเร็ว ได้แก่ กระบวนการบริหารจัดการที่สนับสนุนให้เกิดการเติบโตและการเพิ่มส่วนแบ่งตลาด (Management processes) นวัตกรรม (Innovation) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product development) การพัฒนาตลาดใหม่ ๆ (New market development) และการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalization)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าปัจจัยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการมีผลต่อการเติบโตขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จะเกิดการเติบโตได้และเป็นการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งนำไปสู่การเติบโตสูงนั้น ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้บริหารจัดการองค์กรจะต้องมีคุณลักษณะที่แตกต่างจากผู้ประกอบการโดยทั่วไป อาทิเช่น ความต้องการบรรลุเป้าหมาย (Need for achievement) การเป็นผู้ที่สามารถยอมรับความเสี่ยงได้ (Risk taking

propensity) เป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นต่อผลของการกระทำของตน (Locus of control) รวมถึงเป็นผู้ที่มีความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ในองค์กร ตลอดจนเป็นผู้ที่มีความต้องการในการเติบโต เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโต (Strategies and factors influencing high growth SMEs) ทั้งในด้านที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม, ทรัพยากรและความรู้ขององค์กร, การตลาดที่ส่งเสริมการเติบโตของ SMEs และการดำเนินธุรกิจในระดับสากล (SMEs Internationalization)

นวัตกรรมและกลยุทธ์นวัตกรรม

ในการสร้างวิสาหกิจให้เติบโตขึ้น เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มยอดขายให้กับองค์กรและเพิ่มรายได้จากการประกอบกิจการ หรือแม้แต่การสร้างสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อการหาโอกาสเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ เป็นเรื่องที่วิสาหกิจจะต้องนำมาพิจารณาบริหารจัดการในลำดับต้น ๆ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้มาซึ่งการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินการของวิสาหกิจได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและกลยุทธ์นวัตกรรม ซึ่งได้กล่าวถึงไว้ข้างต้นว่าเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการเพิ่มเติม และสามารถสรุปได้พอสังเขป ดังนี้

Organization for Economic Co-operation and Development หรือ OECD (1997) ได้ให้ข้อสรุปไว้ใน Small businesses, job creation, and growth: facts, obstacles and best practices ซึ่งทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างในสหรัฐอเมริกาและแคนาดาว่า นวัตกรรมและการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ในองค์กรเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กับการเติบโตของวิสาหกิจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ในช่วงเริ่มต้นกิจการนั้น ความรู้ความสามารถของผู้บริหารยังเป็นเรื่องที่สำคัญ เนื่องจากเป็นผู้ที่ทำให้องค์กรอยู่รอด หลังจากนั้น ในช่วงกิจการเริ่มอิมตัวการให้ความสำคัญในการดำเนินกลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์และการสร้างนวัตกรรมเป็นเรื่องที่สำคัญ ส่วนในช่วงต่อไปนั้นเป็นช่วงของการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์และความสามารถในการบริหารจัดการ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่าการเติบโตขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับนวัตกรรม และ OECD (1997) ยังพบว่า วิสาหกิจที่มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ มีการเติบโตที่รวดเร็วกว่าวิสาหกิจที่ไม่มีการสร้างนวัตกรรม ในช่วงกิจการเริ่มอิมตัวการให้ความสำคัญในการดำเนินกลยุทธ์ด้านทรัพยากรมนุษย์และการสร้างนวัตกรรมเป็นเรื่องที่สำคัญ แสดงให้เห็นว่าการเติบโตขององค์กรมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับนวัตกรรม

Almus and Nerlinger (1999) ได้ทำการศึกษากการเติบโตขององค์กรที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้และองค์กรที่ไม่ได้มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ พบว่า องค์กรที่มีการนำเทคโนโลยี

ใหม่ ๆ มาใช้มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงกว่า นอกจากนี้ ยังพบว่าจำนวนการจ้างงานขององค์กรที่มีการปรับลดขนาดองค์กรมีจำนวนมากกว่าจำนวนการจ้างงานในองค์กรที่กำลังเติบโตและขยายขนาดองค์กร

Heimonen (2012) ได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่าประมาณร้อยละ 8 ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาศาสามารถเรียกได้ว่าเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตจากนวัตกรรม (Innovative growth SMEs) ซึ่งส่วนใหญ่วิสาหกิจเหล่านี้จะอยู่ในภาคการบริการและการผลิต และมีการจ้างงานพนักงานจำนวน 10-49 คน มีอายุ 5-19 ปี และพบว่า องค์กรแห่งนวัตกรรมในกลุ่มนี้มักไม่ประสบความสำเร็จในระยะเวลาดั้ง ๆ และยังสรุปได้อีกว่า การเกิดนวัตกรรมที่เพิ่มขึ้นนั้นมีผลมาจากการดำเนินการด้วยความตั้งใจและเป็นระบบ

McElheran (2013) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการเป็นผู้นำทางการตลาดว่า เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า มักจะมีการให้ความสำคัญกับการเกิดนวัตกรรมในระบบเศรษฐกิจ รวมถึงการลงทุนในการวิจัยพัฒนา ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากการจดสิทธิบัตร นอกจากนี้ การเป็นผู้นำทางการตลาดยังได้ประโยชน์จากการผลิตโดยการประหยัดของขนาดอีกด้วย

Laperche and Liu (2013) ได้สรุปไว้ว่า ในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในองค์กรขนาดเล็ก เปรียบเทียบกับองค์กรขนาดใหญ่ จะพบว่าองค์กรขนาดเล็กจะมีการเพิ่มขึ้นของต้นทุนความรู้ที่เกิดจากจุดแข็งขององค์กร ซึ่งจะช่วยให้มีความเป็นไปได้ในการแข่งขันกับบริษัทขนาดใหญ่ในตลาดเฉพาะ (Niches market) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการประยุกต์ใช้กลยุทธ์นวัตกรรมเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการเป็นต้นทุนความรู้ (Knowledge capital) ขององค์กรขนาดใหญ่ แต่อย่างไรก็ตาม หากภาครัฐมีการสนับสนุนในการสร้างเครือข่ายนวัตกรรมก็จะทำให้เกิดความเสถียรของต้นทุนความรู้ นโยบายของภาครัฐควรสนับสนุนในด้านการถ่ายโอนเทคโนโลยี และการดูดซับด้านการพัฒนาเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับความต้องการของ SMEs รวมถึงควรมีความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในการนำองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นมาประยุกต์ใช้กับองค์กรในท้องถิ่น

Lockett et al. (2013) สรุปไว้ว่า นวัตกรรมและการพัฒนาสินค้าใหม่เป็นศูนย์กลางของความต้องการในการเติบโตซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ หรือการเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ การประสบความสำเร็จในการผลิตสินค้าที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ จะมีส่วนช่วยในการเติบโตขององค์กรทั้งในด้านยอดขาย การจ้างงาน รวมถึงมีส่วนช่วยสนับสนุนให้องค์กรเข้าสู่ตลาดต่างประเทศอีกด้วย

ปรเมศวร์ กุมารบุญ (2550) ได้สรุปไว้ว่า ในการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดนวัตกรรมนั้น อาจเกิดขึ้นได้ในหลายระดับ และสามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา

องค์กรจึงควรต้องมีการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการนวัตกรรมที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

จตุพร สังขวรรณ (2557) ได้กล่าวไว้ใน “ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์” ในประเด็นเรื่องการบริหารจัดการนวัตกรรมในองค์กรว่า สำหรับคำว่านวัตกรรมนั้น หากจะพิจารณาตามความหมายที่กำหนดไว้โดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติระบุไว้ ก็จะหมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ได้หันมาให้ความสำคัญกับนวัตกรรมและผลักดันให้พนักงานของตนสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่องค์กร ทั้งนี้ จตุพร สังขวรรณ (2557) ได้สรุปประเภทของนวัตกรรมว่า สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน คือ ด้านที่ 1 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) หมายถึง การนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ส่วนด้านที่ 2 คือ ด้านกระบวนการ (Process innovation) เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ หรือกระบวนการใหม่ ๆ ที่ส่งผลต่อกระบวนการผลิต กระบวนการบริการ หรือกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น สะดวก และรวดเร็วขึ้น และด้านที่ 3 ก็คือ ด้านการบริหารจัดการ (Process innovation) เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดและแนวทางในการบริหารจัดการระบบงานขององค์กรแบบใหม่ ๆ ที่ส่งผลต่อระบบงาน การผลิต การวิจัย และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้ผลประกอบการขององค์กรดีขึ้น เช่น การนำระบบ TQA, BSC เป็นต้น มาประยุกต์ใช้ในองค์กร

Baumane (2013) ได้ให้ทัศนะไว้ว่าความต้องการของนวัตกรรมนั้น เริ่มมาจากการวิจัยและพัฒนา (R&D) และตามมาเป็นสิทธิบัตรขององค์กร และโดยส่วนใหญ่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มักจะไม่ได้กำหนดงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาไว้

อย่างไรก็ตาม การเกิดขึ้นของนวัตกรรมองค์กรอาจจะไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เนื่องจากมีปัจจัยหลายด้าน และหนึ่งในทฤษฎีที่น่าจะอธิบายถึงการเกิดขึ้นของนวัตกรรมในองค์กรได้ดี ก็คือ ทฤษฎีการทำลายอย่างสร้างสรรค์ หรือ Creative destruction

Andersen, Dahl, ÅkeLundvall, and Reichstein (2006) ได้กล่าวไว้ว่า ผลงานของ Schumpeter's ได้เปิดประเด็นให้เห็นถึงวิวัฒนาการของระบบเศรษฐกิจและสังคม และนำเสนอผลงานต่าง ๆ ของเค้าในทฤษฎีการพัฒนาเศรษฐกิจ (Theory of economic development) วงจรธุรกิจ (Business cycles) และทุนนิยม สังคมนิยม และประชาธิปไตย (Capitalism, socialism and democracy) ต่อมาในปี ค.ศ. 1942 Schumpeter ได้เขียนถึงการทำลายอย่างสร้างสรรค์ (Creative destruction) ซึ่ง Schumpeter มองว่าเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการเหล่านี้

ปรเมศวร์ กุมารบุญ (2550) ได้กล่าวถึง การทำลายที่สร้างสรรค์ หรือ Creative destruction ไว้ว่า ในปัจจุบันการผลิตสินค้าและบริการต่าง ๆ นั้น ผู้ประกอบการแต่ละแห่งต่างก็พยายามนำอานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในกระบวนการดำเนินการต่าง ๆ ของ

วิสาหกิจ รวมถึงพยายามสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ ทั้งนี้ เพื่อสร้างผลประโยชน์ที่ดีให้กับองค์กร โดยเฉพาะต่างก็พยายามสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรของตนแต่อย่างไรก็ตามวิสาหกิจต่าง ๆ ก็ยังคงต้องเผชิญกับวงจรของการเลียนแบบ หรือ การพัฒนาปรับปรุงนวัตกรรมของตนจากวิสาหกิจอื่น ๆ และหากจะหลีกเลี่ยงจากวงจรดังกล่าวนี้แนวคิดของ Schumpeter ที่เรียกว่าการทำลายที่สร้างสรรค์ (Creative destruction) กล่าวคือ การคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ โดยต้องทำลายสิ่งที่มีอยู่เดิมเสียก่อนทั้งนี้เพื่อสร้างผลกำไรให้กับองค์กรให้มากขึ้นก็ยังคงเป็นแนวคิดที่ผู้ประกอบการต้องนำมาพิจารณาปรับใช้กับองค์กรของตน

Bos and Stam (2011) ได้ให้ความคิดเห็นถึงกลไกในการเติบโตของวิสาหกิจในกลุ่ม กวางแกเซลและอุตสาหกรรมไว้วา ประกอบไปด้วยหลายกลไก และหนึ่งในกลไกเหล่านั้น ก็คือ การนำทฤษฎีการทำลายอย่างสร้างสรรค์ของ Schumpeter มาใช้ โดยกล่าวว่าระบบเศรษฐกิจได้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากแรงขับเคลื่อนของวิสาหกิจใหม่ ๆ ที่เข้าสู่ตลาด วิสาหกิจใหม่ ๆ เหล่านี้ เกิดจากการ กลายพันธุ์ นั่นคือวิสาหกิจเหล่านี้ทำการปฏิวัติตนเองตั้งแต่โครงสร้างภายใน โดยทำลายสิ่งเก่า ๆ ที่มีอยู่เดิมทั้งหมด และสร้างองค์การขึ้นมาใหม่ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีการทำลายอย่างสร้างสรรค์ของ Schumpeter ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจเหล่านี้ประสบความสำเร็จในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ยกตัวอย่างเช่น วิสาหกิจในกลุ่มกวางแกเซล ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งอุตสาหกรรมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น มากมาย รวมถึงการสร้างตลาดใหม่ ๆ และนั่นย่อมแสดงให้เห็นว่าการให้ความสำคัญต่อการ สนับสนุนอุตสาหกรรมในกลุ่มกวางแกเซล นอกจากจะทำให้เกิดการเพิ่มจำนวนของวิสาหกิจ เหล่านี้แล้ว ยังเป็นการเติบโตของอุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจอีกด้วย อย่างไรก็ตาม Bos and Stam (2011) ยังได้เสนอแนะกลไกในการเติบโตของวิสาหกิจในกลุ่มกวางแกเซล และอุตสาหกรรมอีก 2 ข้อ คือ การเกิดวิสาหกิจใหม่ (Spin-off) และการส่งเสริมการพัฒนาขีด ความสามารถของวิสาหกิจในกลุ่มนี้ และความตื่นตัวในการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมด้าน ต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ ความต้องการของผู้บริโภค แนวโน้มของตลาด เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้วิสาหกิจ สามารถปรับตัวในการแข่งขันได้อย่างทันทั่วถึง และทำให้เกิดการเติบโตของการจ้างงานตามมา ด้วย

Croitoru (2012) ได้กล่าวถึง Schumpeterian system ว่า Schumpeterian system เป็นระบบ ที่เกิดขึ้นจากการผสมผสานระหว่างเศรษฐกิจ ประวัติศาสตร์ การเมือง สังคม และปัจจัยอื่น ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาใน โลกทุนนิยมโดยได้มีการนำเสนอทฤษฎีการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกลยุทธ์ที่จำเป็นในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ในภาคอุตสาหกรรมนั้นแต่ละอุตสาหกรรมจะมีการเผชิญปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี

ที่แตกต่างกัน ดังนั้นทางออกในการแก้ไขปัญหาจึงแตกต่างกันด้วย ทฤษฎีการทำลายอย่างสร้างสรรค์ของ Schumpeter จึงเป็นคำตอบที่เป็นไปได้ เนื่องจากเป็นการประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาด้านการประกอบการและนวัตกรรมในองค์กรของตนเอง

จากทฤษฎีการทำลายที่สร้างสรรค์ (Creative destruction) ของ Shumpeter และข้อคิดเห็นของนักวิชาการหลายท่านข้างต้น จะเห็นได้ว่าทฤษฎีการทำลายที่สร้างสรรค์ (Creative destruction) นี้ ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการเกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อการผลักดันให้เกิดวิสาหกิจใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากจะสนับสนุนให้เกิดวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs แล้ว การหลุดจากการยึดติดกรอบหรือโครงสร้างเดิม ๆ โดยการปฏิวัติองค์การทั้งระบบสำหรับวิสาหกิจที่มีอยู่เดิม หรือการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการสำหรับวิสาหกิจเกิดใหม่ เพื่อให้มีการเติบโตสูง และการเติบโตนี้เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ไม่ยาวนานนักตามทฤษฎีนี้จึงควรจะมีการนำมาประยุกต์ใช้

จะเห็นได้ว่า นวัตกรรมมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตของวิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ต้องการเติบโตไปเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ด้วยแล้ว จะต้องมีการวิจัยและพัฒนา และการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้เพื่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ และการแปรสภาพเข้าสู่การดำเนินการในเชิงพาณิชย์เข้าสู่ตลาด และที่จะขาดเสียมิได้ก็คือการจดสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์นั้น เพื่อแสดงถึงความเป็นเจ้าของนวัตกรรม รวมถึงการนำนวัตกรรมนั้นมาต่อยอด เพื่อสร้างการเติบโตให้กับวิสาหกิจต่อไป

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพื้นฐานทรัพยากรองค์การและการจัดการ (Resource-based view)

เมื่อก้าวถึงการพัฒนาและส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs นอกจากจะมองที่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ หรือการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ แล้ว ปัจจัยที่จะต้องนำมาพิจารณาเพื่อให้เกิดปรากฏการณ์ ดังกล่าวก็คือ ทรัพยากรด้านต่าง ๆ ที่มีอยู่ขององค์กร ตลอดจนการจัดการทรัพยากรด้านต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อให้เกิดผลในการพัฒนาองค์กรให้ดำเนินกิจกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีผู้ที่ให้แนวคิดและทำการศึกษาหลายท่าน ได้แก่

Cohen and Levinthal (1989 cited in Audretsch & Thurik, 2004) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ใน การพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรนั้น สามารถทำได้โดยการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้งาน หรือแม้แต่การพัฒนาแนวคิดที่แตกต่างจากองค์กรอื่น ๆ ตลอดจนการลงทุนในองค์ความรู้ใหม่ ๆ ที่เกิดจากภายนอก ซึ่งจะนำไปสู่การลงทุนเพื่อให้เกิดนวัตกรรมขององค์กร

Gibcus (2006) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่าองค์กรจะต้องมีการใช้และผสมผสานทรัพยากรทั้งหลายที่มีอยู่ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาด ทรัพยากรพื้นฐานในเรื่องพื้นฐานทรัพยากรขององค์กร หรือ Resource based view นั้น Gibcus (2006) มองว่าเริ่มต้นจากสมมติฐานที่ว่าองค์กรแต่ละแห่งจะมีทรัพยากรหรือความรู้ความสามารถเด่นขององค์กร ซึ่งจะถูกนำไปใช้งานแตกต่างกันในแต่ละช่วงของวงจรธุรกิจ และทรัพยากรขององค์กรก็มักจะเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกมาพิจารณาบริหารจัดการตั้งแต่เริ่มต้น

Stam et al. (2007) ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า ไม่เพียงแต่ความเป็นผู้ประกอบการเท่านั้นที่เป็นส่วนสำคัญในการเติบโตขององค์กร ปัจจัยในด้านการกระตุ้นให้เกิดการเติบโตก็เป็นสิ่งจำเป็นเช่นกัน ทั้งนี้ยังรวมถึงปัจจัยในด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ตลอดจนความต้องการและโอกาสในการเติบโตของผู้ประกอบการอีกด้วย

Boström (2008) ได้ให้มุมมองเกี่ยวกับพื้นฐานทรัพยากรขององค์กรว่า มักจะมุ่งเน้นไปที่ทรัพยากรที่เจ้าของหรือหุ้นส่วนเป็นเจ้าของ ซึ่งทรัพยากรขององค์กร รวมถึงขีดความสามารถที่หลากหลายขององค์กร จะสามารถอธิบายให้เห็นถึงผลการดำเนินการขององค์กรตลอดจนแนวโน้มทิศทางขององค์กรว่าจะเติบโตขึ้นหรือถดถอยลง มุมมองเกี่ยวกับพื้นฐานทรัพยากรขององค์กรนี้ จะมีความเกี่ยวเนื่องกับการตัดสินใจของเจ้าของหรือผู้บริหารในการตัดสินใจเลือกหรือนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร และยังบ่งบอกถึงความต้องการในการปรับปรุงระบบหรือกลไกขององค์กร ซึ่งนำไปสู่กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ และแน่นอนว่าย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับผู้บริหารองค์กรและขีดความสามารถของพวกเขาในการดำเนินกลยุทธ์ว่าเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพหรือประสิทธิผลหรือไม่

Theriou et al. (2009) ได้สรุปไว้ว่า องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการเติบโตนั้น มักพบว่าพื้นฐานทรัพยากรที่เอื้อต่อการแข่งขันและการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กร โดยมักจะเป็นทรัพยากรที่มีลักษณะเป็นนามธรรมที่จับต้องได้ และองค์กรมีความจำเป็นในการกำหนดกลยุทธ์องค์กรในการใช้พื้นฐานทรัพยากรเหล่านี้ เพื่อให้การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเป็นไปในทางเดียวกันและคำนึงถึงการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรเป็นหลัก ทั้งนี้ กลยุทธ์ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่องค์กรอาจนำมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่จะช่วยให้องค์กรมีความสามารถในการพัฒนาและสร้างผลกำไรจากการประกอบการ

Daszkiewicz and Wach (2012) ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับพื้นฐานทรัพยากรขององค์กร (The Resource-Based View หรือ RBV) ไว้ว่า โดยส่วนใหญ่แล้วจะเป็นไปตามมุมมองของ Barney (1991) โดยเห็นว่าพื้นฐานทรัพยากรขององค์กรคือปัจจัยที่ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบในการ

แข่งขัน และส่งผลต่อการดำเนินกิจการในระยะยาว ซึ่งทรัพยากรขององค์กรที่จะต้องมีการบริหารจัดการนั้น ได้แก่ ทรัพยากรที่มีค่า (Valuable) เป็นทรัพยากรที่ก่อให้เกิดมูลค่ากับองค์กรให้มีความเหนือกว่าคู่แข่งหรือลดจุดด้อยขององค์กร และทรัพยากรที่หายาก (Rare) โดยให้ข้อคิดเห็นว่ามีประเด็นที่องค์กรจะต้องพิจารณาในการจัดการทรัพยากรองค์กรใน 2 ประเด็น คือ

1. ต้องชี้แจงให้ได้ว่าจะอะไรที่มีแนวโน้มว่าจะเป็นทรัพยากรหลักขององค์กร
2. ประเมินให้ได้ว่าทรัพยากรที่ทำการชี้แจงนี้เป็นส่วนเติมเต็มในส่วนใดขององค์กร

Wennberg (2013) ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า จากการศึกษาของนักวิชาการหลายท่าน ซึ่งได้ทำการตีพิมพ์ผลงานทางวิชาการมากกว่า 30 เรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms) พบว่า ผู้บริหารของวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงเหล่านี้มักจะมีระดับการศึกษาที่สูงกว่าและมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรม หรือเคยเป็นผู้นำในองค์กรมาก่อน นอกจากนี้ ความแตกต่างของประเภทนวัตกรรมยังมีความสัมพันธ์กับการเติบโตอย่างรวดเร็วของวิสาหกิจด้วย และดูเหมือนว่าวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms) นี้จะเป็นวิสาหกิจที่มีการวิจัยและพัฒนา รวมถึงมีกลยุทธ์ทางด้านนวัตกรรม และมีเป้าหมายในการทำกำไรโดยมุ่งเน้นในตลาดเฉพาะ (Niche segment) และมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าอีกด้วย นอกจากนี้การฝึกอบรมและการรวมกลุ่มเครือข่ายจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms) เพื่อส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ มากกว่าการรักษาไว้ซึ่งตลาดเป้าหมายเดิม นอกจากนี้หากต้องการจะเป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms) การมุ่งเน้นการพัฒนาพนักงานที่เป็นคีย์หลักขององค์กรก็เป็นเรื่องที่สำคัญเช่นกัน

Bauman (2013) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า พื้นฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource based view) ได้ถูกกล่าวถึงว่าเป็นหนึ่งในทางเลือกของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรในการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการเติบโต ซึ่งทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรขององค์กรนี้จะอธิบายถึงความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรจากตำแหน่งทางการตลาด ในการบริหารจัดการทรัพยากรโดยส่วนใหญ่แล้วมักจะมุ่งเฉพาะเจาะจงไปที่การให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรที่เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น การเป็นเจ้าของสิทธิบัตร หรือเป็นทรัพยากรที่หายาก รวมถึงทรัพยากรที่ยากจะเคลื่อนย้ายหรือแทนที่ และในระยะต่อมาก็จะมีการกล่าวถึงการเกิดขึ้นขององค์ความรู้ใหม่ ๆ และการปรับเปลี่ยนการนำทรัพยากรมาใช้งานตามสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งก็คือขีดความสามารถที่เต็มไปด้วยพลังและความคิดสร้างสรรค์ (Dynamic capabilities) ขององค์กรนี้จะมีส่วนช่วยอย่างมากในการผลิตสินค้าและบริการ โดยใช้ความรู้ใหม่ ๆ ซึ่งขีดความสามารถเหล่านี้ได้แก่ วัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรมองค์กร ความสามารถในการประยุกต์ใช้นวัตกรรม

ต้นทุนทางสังคมในแง่ของการประสานงานกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในตลาด และความเป็นผู้ประกอบการ เป็นต้น

Neira, Portela, Cancelo, and Calvo (2013) ได้ทำการศึกษา วิสาหกิจในประเทศสเปน เกี่ยวกับทุนทางสังคมและทุนมนุษย์ที่มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งผลการศึกษายืนยันว่าในการเกิดขึ้นของธุรกิจใหม่ ๆ นั้น ปัจจัยด้าน โอกาสทางการตลาด และทักษะความรู้ของผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญยิ่ง และได้ให้ความเห็นไว้ว่า ผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อการเกิดนวัตกรรม รวมถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน และการเติบโตของระบบเศรษฐกิจ โดยพบว่า

1. ความเชื่อมั่นจากสังคม (Social trust) ที่มีต่อการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อการเกิดขึ้นของผู้ประกอบการ เนื่องจากความเชื่อมั่นนี้จะมีสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเป็นผู้ประกอบการ กล่าวคือ หากภาคสังคมมีมุมมองว่าการเป็นผู้ประกอบการเป็นอาชีพที่มีอนาคตที่ดี ก็จะส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น
2. การที่ผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการอื่นมีทุนทางสังคมต่อกัน กล่าวคือ มีการปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันก็จะทำให้เกิดการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารและนำไปสู่การเกิดขึ้นของธุรกิจใหม่ ๆ
3. การที่ผู้ประกอบการเป็นเพศหญิงอาจมีผลกระทบต่อความเป็นผู้ประกอบการอยู่บ้าง แต่ไม่ใช่ช่วงเริ่มต้นกิจการ
4. ผู้ประกอบการที่มีอายุมากกว่าจะมีแนวโน้มที่จะมีขีดความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการมากกว่าผู้ที่อ่อนวัยกว่า
5. สถานะการทำงานส่วนบุคคล รวมถึงผู้ที่ทำงานพาร์ทไทม์หรือไม่ได้ทำงาน (ซึ่งเกี่ยวข้องกับแรงบันดาลใจส่วนบุคคลในการเป็นผู้ประกอบการ) ไม่ได้มีผลกระทบต่อความเป็นผู้ประกอบการ
6. ระดับการศึกษาของผู้ประกอบการมีผลไม่มากต่อการเป็นผู้ประกอบการ แต่การฝึกอบรมเฉพาะด้านกลับมีผลกระทบมากกว่าในทางบวก
7. โอกาสในการเข้าสู่ตลาดเพื่อเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อกระบวนการประกอบการ รวมถึงเรื่องทักษะในการทำธุรกิจและการกลัวความล้มเหลวของผู้ประกอบการก็มีผลเช่นกัน

จะเห็นได้ว่าพื้นฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource based view) มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจ เพื่อสร้างความเติบโตให้กับวิสาหกิจต่อไปและเมื่อพิจารณาดูจะเห็นได้ว่าการจัดการ

พื้นฐานทรัพยากรองค์กร (Resource-based view) นั้น หากผู้ประกอบการสามารถทำการบริหารจัดการและวางแผนการใช้และพัฒนาพื้นฐานทรัพยากรองค์กร (Resource-based view) นับตั้งแต่ช่วงเริ่มต้นของการตั้งกิจการ ก็จะสามารถสร้างความโดดเด่นให้กับองค์กร ซึ่งจะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน และสร้างวิสาหกิจให้เกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วได้ไม่ยากนัก

ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพื้นฐานความรู้ขององค์กร (Knowledge-based view)

นอกเหนือไปจากพื้นฐานทรัพยากรขององค์กร หรือ Resource-based view แล้ว พื้นฐานเกี่ยวกับความรู้ขององค์กร หรือ Knowledge-based view ก็เป็นอีกประเด็นที่มีการนำมาพิจารณาในการบริหารจัดการเพื่อการเติบโตของวิสาหกิจ และหากจะสร้างวิสาหกิจให้เป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง การบริหารจัดการฐานความรู้ขององค์กรเป็นเรื่องที่ต้องนำมาพิจารณาอย่างยิ่ง เนื่องจากจะมีส่วนเกี่ยวเนื่องกับการบริหารจัดการและประยุกต์ใช้ทรัพยากรด้านต่าง ๆ ขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล ตลอดจนหากมีการบริหารจัดการที่ดีก็จะนำไปสู่การสร้างงานใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการของวิสาหกิจด้วย ในการจัดการฐานความรู้ขององค์กรนี้ ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมในด้านการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการสร้างงานใหม่ ๆ ซึ่งสามารถสรุปได้พอสังเขป ดังนี้

Almus (2002) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วและปัจจัยที่ขัดขวางการเติบโตอย่างรวดเร็วของวิสาหกิจในเยอรมันตะวันออกและตะวันตกในช่วงที่มีการกลับมารวมเป็นประเทศเยอรมัน ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศเยอรมันให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ พบว่า วิสาหกิจที่เน้นในเรื่องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต รวมถึงมีการใช้ฐานความรู้ประกอบกับการให้บริการ จะมีการเติบโตที่รวดเร็วกว่า และในบางกรณีศึกษาพบว่าคุณสมบัติของตัวผู้ประกอบการเองเป็นปัจจัยเสริมที่ก่อให้เกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วของวิสาหกิจ

Brinkley (2008) ได้ให้ความเห็นไว้ว่าแนวคิดในเรื่องเศรษฐกิจฐานความรู้ หรือ Knowledge economy นี้ เริ่มมาจากแนวคิดในเรื่องฐานความรู้ของ Birch ซึ่ง Brinkley (2008) ได้ให้ทัศนะไว้ว่าสืบเนื่องจากการใช้ประโยชน์จากความรู้ที่ถูกถ่ายทอดมาจากอุตสาหกรรมต้นน้ำขนาดใหญ่ นั้น เป็นไปอย่างไม่ถูกต้องนัก จึงส่งผลให้ความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้เครื่องจักรและแรงงานเป็นไปอย่างไม่ค่อยเต็มเม็ดเต็มหน่วย นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงรากฐานทางเศรษฐกิจยังทำให้บริษัทในกลุ่มแกวแกเซลดั้งเดิมเกิดฐานความรู้ด้านนวัตกรรม และนำไปสู่การดำเนินการทดลองใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ การผลิตสินค้าใหม่ ๆ ตลอดจนกระบวนการผลิตและบริการใหม่ ๆ ซึ่งนำไปสู่การเป็นบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจในระดับโลก และยกระดับเปลี่ยนเป็นบริษัทในกลุ่มกอร์လာ

อย่างไรก็ตาม Brinkley (2008) ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่าเศรษฐกิจฐานความรู้ หรือ Knowledge economy นี้ มีกฎเกณฑ์ในการขับเคลื่อนอยู่ 3 ประการ คือ

1. ความต้องการของตลาด หรือ Market demand
 2. การใช้เทคโนโลยีของผู้จัดหา หรือ Enabling supply side technologies
 3. การเกิดขึ้นของกระแสโลกาภิวัตน์ หรือ Globalization ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้ง 2 ด้าน
- ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ประการนี้ ยังส่งผลต่อการขับเคลื่อนของเศรษฐกิจฐานผู้ประกอบการ หรือ

Entrepreneurial economy ด้วย เนื่องจากจะเกี่ยวเนื่องกับ โครงสร้างการจ้างงาน

Theriou et al. (2009) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า เมื่อใช้มุมมองฐานความรู้ขององค์กรในการวิเคราะห์ขีดความสามารถขององค์กร จะหมายความรวมถึงการจัดการความรู้ของทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรด้านสังคม หรือทรัพยากรขององค์กร ตลอดจนทรัพยากรทางเศรษฐกิจและทรัพยากรด้านเทคนิค เป็นต้น (Theriou et al., 2009) ได้จำแนกสมมติฐานเกี่ยวกับฐานความรู้ขององค์กรไว้ว่า

1. การเกิดขึ้นของความรู้เป็นกิจกรรมส่วนบุคคล
2. องค์กรมีหน้าที่ในการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อประโยชน์ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยมองไปที่บทบาทของแต่ละบุคคลในการทำให้เกิดความรู้และเก็บรวบรวมความรู้ในองค์กร

MadadiJani (2011) ได้ศึกษาถึงประเภทและบทบาทของฐานความรู้ในระบบสากล และได้แบ่งความรู้ในประเด็นนี้ออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ความรู้เชิงวัตถุประสงค์ (Objective knowledge) และ
2. ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ซึ่งประกอบด้วย
 - 2.1 ความรู้ด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นความรู้ที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs นำมาใช้ในการสร้างสินค้าใหม่
 - 2.2 ความรู้ด้านการตลาดในระดับสากล (Internationalization) ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการกับความสัมพันธ์ของลูกค้าต่างประเทศ
 - 2.3 ความรู้เกี่ยวกับการตลาดเฉพาะ (Market-specific knowledge) ซึ่งจะ เป็นความรู้ที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า คู่แข่งขัน และสถานะตลาดในต่างประเทศ รวมถึงการจัดการภาครัฐและสถาบันต่าง ๆ ในแต่ละประเทศด้วย

Daszkiewicz and Wach (2012) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับ The knowledge-based models of Internationalization SMEs ไว้ว่า โมเดลนี้จะหมายความรวมถึงปัจจัยด้านความรู้ต่าง ๆ เช่น

1. ความรู้ด้านตลาด (Market knowledge) โดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับตลาดต่างประเทศ เป็นฐานความรู้สำคัญที่องค์กรต้องมีก่อนเข้าสู่ตลาดในระดับสากล

2. ความรู้ด้านประสบการณ์ (Experiential knowledge) มีความสำคัญต่อวิสาหกิจที่จะเข้าสู่ตลาดในระดับสากล ความรู้ด้านนี้เป็นผลจากประสบการณ์ส่วนบุคคล เป็นฐานความรู้สำคัญที่องค์กรต้องมีก่อนเข้าสู่ตลาดในระดับสากล

3. ความรู้ด้านเครือข่าย (Network knowledge) องค์กรจะต้องทราบถึงเครือข่ายด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการดำเนินธุรกิจในระดับสากล ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายทางสังคมและเครือข่ายทางธุรกิจเป็นฐานความรู้สำคัญที่องค์กรต้องมีก่อนเข้าสู่ตลาดในระดับสากลต่อเนื่องไปถึงในระยะเวลาที่เข้าสู่ตลาดในระดับสากลแล้ว

4. ความรู้ด้านวัฒนธรรม (Cultural knowledge) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคุณค่า แนวปฏิบัติ วิธีการดำเนินชีวิต และแนวความคิดของบุคคลในตลาดที่จะนำเสนอสินค้าและบริการเป็นฐานความรู้สำคัญที่องค์กรต้องมีในระยะเริ่มต้นของการเข้าสู่ตลาดในระดับสากล

5. ความรู้ด้านการประกอบการ (Entrepreneurial knowledge) โดยเฉพาะอย่างยิ่งความตระหนักถึงโอกาสในการเข้าสู่ตลาดและการประยุกต์ใช้โอกาสเหล่านั้น เป็นฐานความรู้สำคัญที่องค์กรต้องมีตั้งแต่ช่วงของการเริ่มก่อตั้งกิจการ

ซึ่งโมเดลที่ Daszkiewicz and Wach (2012) ทำการศึกษานี้จะเป็นโมเดลในมุมมองด้านนวัตกรรม เพื่อให้เกิดความเข้าใจบทบาทของความรู้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ในการเข้าสู่ตลาดในระดับสากล (SME Internationalization) และได้ให้ทัศนะไว้ว่า ฐานความรู้ขององค์กรนี้เป็นส่วนที่จะต้องพิจารณาเพิ่มเติมจากพื้นฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource-based view) ซึ่งสามารถอธิบายถึงฐานความรู้ขององค์กรได้ว่า

1. เมื่อเปรียบเทียบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ จะเห็นได้ว่าฐานความรู้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs มีความสำคัญต่อองค์กรในความพร้อมขององค์กรและในการสร้างความเติบโตให้กับองค์กร

2. มักพบเสมอว่าความรู้เป็นสมรรถนะหลักของบุคลากร

3. มักพบว่าความรู้เหล่านี้มีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก) ได้สรุปคุณสมบัติของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial characteristics) วิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ไว้ดังนี้

1. อายุของผู้ประกอบการ (Age) พบว่า เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการที่มีอายุน้อยสามารถบริหารจัดการองค์กรธุรกิจให้เกิดการเติบโตได้ดีกว่าผู้ที่มีอายุมาก

2. แรงบันดาลใจ (Motivation) พบว่า แรงบันดาลใจในการได้รับผลตอบแทนจาก

การลงทุนสูงสุดหรือผลกำไรสูงสุด หรือแม้แต่แรงจูงใจในการบริหารจัดการองค์การให้เติบโต (Management aspiration) ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจ

3. การศึกษา การฝึกอบรม และประสบการณ์บริหารของผู้บริหารองค์การ (Education, training & management experience) พบว่าการศึกษา การฝึกอบรม ประสบการณ์ และการบริหารจัดการของผู้บริหารขององค์การ มีผลต่อการเติบโตขององค์การ กล่าวคือ ผู้บริหารขององค์การที่มีการเจริญเติบโตสูงมักจะมีระดับการศึกษาที่สูงกว่า ได้รับการฝึกอบรมทางธุรกิจมากกว่า มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการมากกว่า และให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการพนักงาน และการวางตำแหน่งของธุรกิจในตลาดมากกว่าผู้บริหารขององค์การที่ไม่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

4. ลักษณะการเป็นเจ้าของกิจการ (Ownership) พบว่าองค์กรที่มีการเติบโตสูงนั้นมักมีผู้ประกอบการในลักษณะการร่วมกันก่อตั้งธุรกิจ (Shared ownership) และมักเป็นเจ้าของกิจการหลากหลายองค์กร (Multiple ownership of firms) รวมถึงยังพบว่า อัตราการเติบโตมีความสัมพันธ์กับจำนวนองค์กรที่ผู้ประกอบการเป็นเจ้าของ และผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกขององค์กรวิชาชีพต่าง ๆ มักจะประสบความสำเร็จในการสร้างการเติบโตให้กับองค์กรที่ตนเองเป็นเจ้าของเพิ่มขึ้น

5. คุณสมบัติอื่น ๆ (Others) ที่เอื้อต่อการเติบโตขององค์การ พบว่า ได้แก่ ประสบการณ์ในด้านการบริหารจัดการระดับกลาง และประสบการณ์ในการก่อตั้งธุรกิจในอดีต

Gupta et al. (2013) ได้ให้ทัศนะไว้ว่าเจ้าของกิจการหรือผู้จัดการจะต้องทำความเข้าใจกับเส้นทางการเติบโตของวิสาหกิจ เนื่องจากความเข้าใจนี้จะทำให้เจ้าของกิจการหรือผู้จัดการสามารถกำหนดกลยุทธ์หรือตัดสินใจในการวางแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจได้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้ วิสาหกิจที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่แตกต่างกันก็จะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกัน รวมถึงวิธีการดำเนินงานในแต่ละแห่งก็มักจะแตกต่างกันไปตามลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมเช่นกัน ซึ่งส่วนใหญ่ในการศึกษาเรื่องการเติบโตขององค์การก็มักจะบูรณาการไปพร้อมกับการศึกษาด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และนวัตกรรม นอกจากนี้ ยังพบว่า นวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตขององค์กร

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ว่าการจัดการพื้นฐานความรู้องค์การ (Knowledge-based view) ที่ดี จะนำไปสู่การเกิดองค์ความรู้ขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อให้เข้าถึงความต้องการของลูกค้า และต่อ ยอดวิสาหกิจมีการเติบโตต่อไป

กลยุทธ์และแนวคิดเกี่ยวกับตลาดที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ในการสร้างความเติบโตให้กับวิสาหกิจนั้น การเพิ่มยอดขายและสร้างผลกำไรจาก

การประกอบการเป็นเรื่องสำคัญ และหนึ่งในกลยุทธ์ที่จะสามารถนำมาใช้ได้ก็จะเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งในประเด็นของการเพิ่มการเติบโตให้กับวิสาหกิจนั้น ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ซึ่งสามารถสรุปกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องพอสังเขป ดังนี้

กลยุทธ์การตลาดและการเข้าสู่ตลาด

เมื่อมีนวัตกรรมเกิดขึ้นมาแล้ว การการตลาดและการเข้าสู่ตลาดก็จะเป็นกระบวนการต่อไปที่จะต้องมีการดำเนินการ ซึ่งในการเข้าสู่ตลาดนั้น นอกจากจะทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของรายได้และยอดขายแล้ว หากสินค้าหรือบริการสามารถคงอยู่ในตลาดได้ ก็ย่อมทำให้เกิดการเติบโตของอัตราการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นด้วย และหากเราสามารถเข้าสู่ตลาดและเป็นผู้นำเทรนด์ในตลาด ก็ย่อมมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างแน่นอน ดังเช่นที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ทัศนะไว้ยกตัวอย่างเช่น

Heiens, Pleshko, and Leach (2004) พบว่า การเพิ่มขึ้นของการดำเนินกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดใหม่ (Strategic Marketing Initiative หรือ SMI) มีผลต่อการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากนี้การดำเนินกลยุทธ์เชิงรุกก็เป็นอีกหนทางหนึ่งที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายเช่นกัน นอกจากนี้ ยังพบว่า การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ยังนำไปสู่การเกิดนวัตกรรมที่ยอดเยี่ยมในองค์กร และยังพบว่าองค์กรจะเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จากการที่องค์กรเป็นผู้ริเริ่มนำเสนอโฆษณาใหม่ ๆ หรือนำเสนอสินค้าเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ซึ่งเป็นขุมพลังของความได้เปรียบในการแข่งขัน

ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค (2552) ได้ให้ทัศนะว่า ปัจจุบันการแข่งขันในตลาดนั้น หากเราสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและทันต่อความต้องการ ก็จะสามารถกลายเป็นสิ่งที่สร้างความโดดเด่นให้กับธุรกิจเป็นอย่างดี อีกทั้งยังเป็นการหลีกเลี่ยงการแข่งขันจากสงครามราคาได้อีกด้วย ซึ่งในการสร้างความได้เปรียบที่รวดเร็วนั้น ธุรกิจมักจะดำเนินการเพื่อจะเป็นผู้นำในการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ ๆ ของตนสู่ตลาดให้รวดเร็วที่สุด หรือที่เรียกกันว่า First mover ทั้งนี้ การจะก้าวขึ้นมาเป็น First mover ที่โดดเด่นนั้น องค์กรจะต้องทำการพัฒนาและจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการนั้นเป็นเจ้าแรกในตลาด ซึ่งสินค้าและบริการนี้จะต้องเป็นสินค้าและบริการที่ยังไม่เคยมีในตลาดมาก่อน หรือมีความโดดเด่นอย่างชัดเจนจากสินค้าเดิมที่มีการวางจำหน่ายอยู่แล้ว ซึ่งการเป็น First mover นี้โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นผู้ประกอบการยังสามารถเป็นผู้กำหนดราคาในตลาด เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่ยังไม่มีการแข่งขันหรือมีอยู่น้อย จึงยังไม่มีแรงกดดันด้านราคามากนัก การเป็น First mover แม้ว่าจะมีประโยชน์ต่อกิจการ แต่ผู้ประกอบการก็ต้องดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวัง เนื่องจากลูกค้าอาจจะยังไม่ทันได้เตรียมความพร้อมในการรับ

สินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เหล่านี้ รวมถึงการให้ความรู้หรือความคาดหวังกับสินค้าและบริการนั้น ๆ อาจจะไม่เพียงพอ ทำให้นวัตกรรมที่พยายามนำเสนอไม่ได้การตอบรับเท่าที่ควร

KaliČanin (2008) ได้กล่าวไว้ว่า มีคำถามสำคัญที่ผู้นำทางธุรกิจมักถูกถาม คือ การเลือกกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ คือ เวลาใดที่จะนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่เข้าสู่ตลาด และเมื่อใดจึงจะเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ซึ่งมีอยู่ 2 ทางเลือกคือ การเป็นผู้ริเริ่มหรือการเป็นผู้ตาม ซึ่งทั้ง 2 กรณีนี้มีทั้งข้อได้เปรียบและความเสี่ยง และบ่อยครั้งที่ผู้ริเริ่มมักจะมีกำไรจากผลการประกอบการสูง มีส่วนแบ่งทางการตลาดมาก และมีวงจรชีวิตของธุรกิจยาว แต่ความสำเร็จเหล่านี้ขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ซึ่งมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และผู้ริเริ่มมักจะเป็นผู้กำหนดความต้องการของตลาดสำหรับสินค้าและบริการของตน ซึ่งการเป็นผู้ริเริ่มนี้แบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกจะเรียกว่า ผู้ริเริ่มทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งจะหมายความถึงวิสาหกิจที่นำเสนอสินค้าใหม่ ๆ หรือมีกระบวนการผลิตใหม่ ๆ และกลุ่มที่สอง คือผู้ริเริ่มทางการตลาด ทั้งนี้ผู้ริเริ่ม (Pioneer) นี้ จะมีความได้เปรียบในการเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก (First-mover) ซึ่งได้แก่ มีภาพลักษณ์ในเชิงบวกจากการเป็นผู้ริเริ่ม สามารถลดต้นทุนจากการควบคุมด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ รวมถึงสามารถกำหนดช่องทางการนำเสนอสินค้าและการจัดจำหน่าย สามารถสร้างลูกค้าที่มีความภักดีต่อตราสินค้าได้ไม่ยากนัก และสามารถป้องกันลูกค้าไม่ให้ไปใช้สินค้าและบริการของกลุ่มคู่แข่งได้ไม่ยาก

Daszkiewicz and Wach (2012) ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า SMEs มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในระดับชาติ โดยทั่วไปแล้ว SMEs เป็นองค์กรที่มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาและมีความยืดหยุ่น รวมถึงมีความสำคัญต่อการเกิดขึ้นของงานในสาขาใหม่ ๆ และในช่วงหลายปีที่ผ่านมาซึ่งเป็นยุคของการสื่อสารไร้พรมแดนหรือโลกาภิวัตน์ SMEs ต่างพยายามมองหาสภาพแวดล้อมใหม่ ๆ เพื่อการเติบโตของธุรกิจ เช่น การเปิดตลาดใหม่ ๆ โดยการแสวงหาโอกาสในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยมีอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการแสวงหาโอกาสในการเติบโต ก็คือ ปัจจัยด้านผู้ประกอบการ (Entrepreneurial factor) ทั้งนี้ หากเจ้าของหรือผู้จัดการของวิสาหกิจนั้น ๆ มีความต้องการที่จะสร้างความเติบโตให้กับองค์กร เขาจะมีความพยายามที่จะดำเนินธุรกิจโดยการทำตลาดในระดับสากล (Enter foreign markets)

Pleshko and Heiens (2012) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการเป็นผู้นำทางการตลาดว่า เป็นที่ทราบกันดีว่าการเป็นผู้นำทางการตลาดนั้นมักเกิดจากความได้เปรียบจากการเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก (First to the market) และนักวิจัยส่วนใหญ่มักจะระบุให้ความได้เปรียบจากการเป็นผู้นำทางการตลาดนี้ว่าเป็น First mover แต่ยังมีข้อสังเกตว่าในบางสถานการณ์นั้นการเข้าสู่ตลาดเป็นรายแรกก็อาจเป็นความเสียเปรียบทางการแข่งขันในตลาดได้ เนื่องจากผู้ตามเข้าสู่ตลาดก็มีความได้เปรียบที่สำคัญ คือ การศึกษาถึงจุดด้อยของผู้ที่เข้ามาก่อน และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้นความสำเร็จใน

การเป็นผู้นำทางการตลาด จึงขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมของวิสาหกิจและการแข่งขันด้วย ในการเป็นผู้นำทางการตลาดนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นองค์กรธุรกิจที่มีการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ขั้นสูงในการเข้าสู่ตลาด อาทิเช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ การนำเสนอโปรโมชั่นใหม่ ๆ การเปลี่ยนแปลงราคาใหม่ หรือมีแนวคิดและรูปแบบการจัดจำหน่ายใหม่ ๆ รวมถึงการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้งาน หรือแม้แต่การหาตลาดใหม่ เป็นต้น

Tuan (2012) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ภาคการผลิตของเวียดนาม และสรุปไว้ว่า สำหรับเวียดนามนั้นมักพบเสมอว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่มีการนำเสนอสินค้าใหม่เข้าสู่ตลาด มักมีอัตราการเติบโตสูงกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่ไม่มีการนำเสนอสินค้าใหม่ ๆ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่มีอายุน้อยมักเติบโตเร็วกว่าวิสาหกิจที่มีอยู่เดิม และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ที่มีเจ้าของเป็นเพศชายมักจะมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าเพศหญิง ส่วนขนาดขององค์กร สาขาอุตสาหกรรม การศึกษาและประสบการณ์ของเจ้าของหรือผู้จัดการไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs เกิดการเติบโต

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การตลาดและการเข้าสู่ตลาดเป็นการดำเนินการในขั้นพื้นฐานของวิสาหกิจ เพื่อให้เกิดการเติบโตของยอดขาย และนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของการจ้างงาน และสร้างโอกาสให้วิสาหกิจกลายเป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงต่อไป

ทฤษฎีและแนวคิดในการดำเนินธุรกิจในระดับสากล (SMEs Internationalization)

นอกเหนือไปจากการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ หรือการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ และการจัดการทรัพยากรขององค์กรแล้วเพื่อให้เกิดการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตามคำจำกัดความและขอบเขตที่ทำการศึกษานั้น จะต้องมุ่งไปที่การเติบโตของยอดขายและรายได้ของวิสาหกิจ ดังนั้นการเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ และการดำเนินธุรกิจในระดับสากล หรือนานาชาติ (SMEs Internationalization) จึงเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินการ ในการดำเนินธุรกิจในระดับสากลหรือนานาชาตินั้น มีผู้สนใจให้การศึกษาและนำเสนอโมเดลไว้หลากหลาย

สำหรับประเทศไทยนั้น จากการศึกษาของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555 ค) ในรายงานเรื่อง SMEs Internationalization สรุปหัวใจหลัก การส่งเสริม SMEs ไทยก้าวสู่สากล ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า ในการกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ไทยสู่ระดับสากลหรือระดับนานาชาติ (SMEs Internationalization) นั้น ภาครัฐควรมีการดำเนินการใน 7 ด้าน โดยใช้ต้นแบบจากประเทศที่ทำการศึกษา ได้แก่

1. มาตรการทางด้านภาษี

โดย สสว. ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่าควรมีการให้สิทธิพิเศษทางด้านภาษีแก่ผู้ประกอบการ SMEs โดยการกำหนดกรอบระยะเวลาในการยกเว้นการเก็บภาษีเงินได้ที่เหมาะสม เพื่อช่วยเพิ่มศักยภาพในการดำเนินกิจการในช่วงเริ่มต้นกิจการ และช่วยเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนให้กับธุรกิจ และอาจมีมาตรการเสริม โดยการยกเว้นภาษีตามช่วงเวลาที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมให้ SMEs มีโอกาสรวมถึงศักยภาพในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้น

2. การจัดตั้งศูนย์บริการขององค์กรส่งเสริม SMEs ในจังหวัดต่าง ๆ

โดยเสนอแนะให้มีหน่วยงานกลางที่กรุงเทพฯ และหน่วยงานสาขาในจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งมีหน้าที่ในการนำนโยบายในการพัฒนา SMEs มาดำเนินการในทางปฏิบัติ และประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างทั่วถึง เพื่อให้เกิดการขยายการให้บริการต่าง ๆ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือ SMEs ต่าง ๆ ตามความต้องการในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งมีความต้องการความช่วยเหลือที่แตกต่างกัน รวมถึงควรมีการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมด้านต่าง ๆ และศูนย์ให้คำปรึกษารายสาขาเพิ่มเติม โดยอาจสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ เพื่อช่วยในการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำแก่ SMEs ในสาขาต่าง ๆ

3. การส่งเสริมงานด้านการวิจัยและพัฒนา

ได้มีการเสนอแนะให้ดำเนินการพิจารณาส่งเสริมให้ SMEs เห็นถึงความสำคัญของการวิจัยและพัฒนา ตลอดจนใช้ประโยชน์จากการวิจัยและพัฒนา เพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ โดยการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงหรือสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการ ทั้งนี้ อาจสร้างแรงจูงใจโดยการให้สิทธิประโยชน์ในการเพิ่มสัดส่วนในการหักค่าใช้จ่ายของ SMEs ที่ใช้ไปในการวิจัยและพัฒนาให้มากขึ้น

4. การบ่มเพาะธุรกิจ

โดยมีการตั้งหน่วยงานซึ่งเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมแหล่งความรู้ และทำหน้าที่ในการดูแลให้เกิดการบ่มเพาะ ส่งเสริม และพัฒนา SMEs ให้ดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงให้คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจให้แก่ SMEs เหล่านี้ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับนโยบายของประเทศ รวมถึงแผนแม่บท หรือแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ในการส่งเสริม SMEs ของประเทศ

5. การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

ดำเนินการส่งเสริมและเตรียมความพร้อมด้านต่าง ๆ ให้กับ SMEs เพื่อการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ การให้สินเชื่อเพื่อการส่งออก การเตรียมความพร้อมในด้านความรู้ในการทำตลาดต่างประเทศ การช่วยเหลือในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ของวิสาหกิจ รวมถึงการแนะนำตลาดที่มี

ความเป็นไปได้ให้กับ SMEs เป็นต้น เพื่อให้การพัฒนาด้านการส่งออกมีความเป็นไปได้และรวดเร็วขึ้น

6. ธุรกิจสีเขียว หรือ Go green

ปัจจุบันหลาย ๆ ประเทศทั่วโลกหันมาให้ความสนใจการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุน และรณรงค์เรื่องการประหยัดพลังงาน ในส่วนของประเทศไทยเองนั้น กระทรวงอุตสาหกรรมได้เริ่มการดำเนินโครงการอุตสาหกรรมสีเขียว (Green industry) หากเข้าร่วมโครงการก็จะได้รับสิทธิพิเศษต่าง ๆ เช่น การยกเว้นภาษี การยกเว้นค่าธรรมเนียมรายปี เป็นต้น

7. การพัฒนาด้านเทคนิคและนวัตกรรมใหม่ ๆ

โดยได้มีการเสนอแนะให้มีการประยุกต์ใช้มาตรการส่งเสริมด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ SMEs

นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555 ค) ยังได้นำเสนอโมเดล SMEs Internationalization: new track model ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการในการสนับสนุน SMEs ที่มีขีดความสามารถและศักยภาพทางธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการ โดยการเริ่มต้นจากการสร้างธุรกิจจากนวัตกรรมหรือความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างจากคู่แข่งซึ่งเป็นนวัตกรรมที่มีความต้องการอยู่ในตลาดทั้งต่างประเทศและในประเทศ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการตามโมเดลนี้ควรมีความรู้หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศอยู่บ้าง ซึ่งจะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เหล่านี้สามารถผลักดันขั้นตอนในการก้าวสู่ SMEs Internationalization ได้โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ

1. การช่วยเหลือการตั้งต้นธุรกิจและการจัดทำแผนธุรกิจ (Business start-up) โดยภาครัฐจัดตั้งหน่วยงานพิเศษขึ้นมาทำหน้าที่ในการดูแล SMEs กลุ่มพิเศษนี้โดยเฉพาะ โดย SMEs ที่จะสามารถเข้าสู่ระบบ New track model ได้จะต้องผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการ 4 ด้าน คือ

ด้านที่ 1 ศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technological capability)

ด้านที่ 2 ศักยภาพที่จะเจริญเติบโตในตลาดทั้งในและต่างประเทศ (Growth capability)

ด้านที่ 3 ศักยภาพด้านความรู้ความสามารถของเจ้าของธุรกิจเอง

ด้านที่ 4 ด้านความมั่นคงทางการเงิน (Financial stability)

ทั้งนี้การพิจารณาอาจกระทำโดยผ่านกระบวนการหรือการประกวดด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี หาก SMEs สามารถผ่านการคัดเลือก ก็จะเข้าสู่กระบวนการสนับสนุนของรัฐบาลแบบเข้มข้นและรวดเร็วทั้ง 4 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการให้คำปรึกษาการฝึกอบรมหรือการศึกษาดูงาน

ต่างประเทศซึ่ง SMEs กลุ่มนี้จะได้รับการดูแลเป็นพิเศษในเรื่องของการจดสิทธิบัตรในประเทศและต่างประเทศเนื่องจากเป็นสินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง

2. การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Born global) SMEs กลุ่มนี้สามารถข้ามขั้นเข้าสู่กระบวนการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศโดยอาจทำการเปิดตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศไปพร้อม ๆ กัน โดยการหาผู้ค้าในต่างประเทศ รวมทั้งการสร้างระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรให้ดี มีความเป็นระบบ (Strengthen internal company) และเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันเตรียมความพร้อมให้กับองค์กรในการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ (Strengthen global competitiveness)

3. การบรรลุเป้าหมายด้วยการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน (Reach the target by enterprise growth) การรักษาดตลาดในประเทศและต่างประเทศให้มั่นคง โดยการทำกิจกรรมทางการตลาดการรักษายอดขายการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย หรือการรักษาฐานลูกค้าเก่าด้วยการสร้างความสัมพันธ์ (CRM) รวมถึงการทำตลาดเพื่อสังคม (CSR) ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจเกิดความเติบโตและอยู่ได้อย่างยั่งยืน

4. การเกิดผลกระทบต่อเนื่องในระดับประเทศ (Snow ball effects) ซึ่งได้แก่ การเพิ่มขึ้นของอัตราการจ้างงาน (Employment increase) อัตราการลงทุนของประเทศเพิ่มขึ้น (Investment increase) อัตราการบริโภคภายในประเทศเพิ่มขึ้น (Consumption increase) และตามมาด้วยการเติบโตของเศรษฐกิจมวลรวมของประเทศ (GDP Growth)

De Wit and Meyer (2010) ได้ให้ข้อเสนอเกี่ยวกับการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ คือ

1. ระดับหน่วยงาน (Functional level) ซึ่งรวมถึงความแตกต่างในการทำงานขององค์กร
2. ระดับธุรกิจ (Business level) จะเกี่ยวข้องกับการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ และ/ หรือบริการขององค์กร
3. ระดับกลุ่มบริษัท (Corporate level) จะเกี่ยวข้องกับทุกกลุ่มของผลิตภัณฑ์ และ/ หรือบริการที่นำเสนอโดยองค์กรที่มีธุรกิจหลายกลุ่ม
4. ระดับเครือข่าย (Network level) เป็นกลยุทธ์ในระดับกลุ่มธุรกิจ

AbHalim, Abdullah and Mohd Zain (2011) ได้ทำการศึกษาโมเดลในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศมาเลเซีย โดยได้สรุปไว้ว่ามีโมเดลที่น่าสนใจ 3 โมเดล คือ The uppsala model, Network approach และ International new ventures หรือที่รู้จักกันในชื่อ Born global และยังพบอีกว่า ในการอธิบายการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของมาเลเซีย นั้น ไม่สามารถอธิบายโดยใช้โมเดลใดโมเดลหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศมาเลเซีย

ส่วนใหญ่ยังคงยึดแนวทางการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศตามโมเดล The uppsala model และ The network approach แต่โมเดลทั้ง 2 นี้ ไม่ได้ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศมาเลเซียเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างรวดเร็ว และยังคงมีความต้องการส่งเสริมสนับสนุนในด้านความรู้ ด้านการเงิน และทรัพยากรอื่น ๆ ก่อนเริ่มต้นเข้าสู่ตลาด

พงษ์สรรค์ ลีลาหงส์จุฑา และลักกณา วรศิลป์ชัย (2555) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ของผู้ประกอบการ SMEs ไทยว่า ในการจะประสบความสำเร็จในการเข้าสู่ตลาด AEC นั้น มีปัจจัยและรูปแบบการผลักดันต่าง ๆ หลายรูปแบบ โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ 4 กลยุทธ์ ได้แก่

กลยุทธ์ที่ 1 Mode of entry strategy โคนำเสนอวิธีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วย การส่งออก การให้สิทธิการให้สัมปทานสัญญาในการผลิตการร่วมลงทุน ระหว่างประเทศ การลงทุนอินเทอร์เน็ต การควบรวมกิจการ และการเข้าซื้อกิจการ และกลยุทธ์ พันธมิตรนานาชาติ

กลยุทธ์ที่ 2 การเข้าสู่ตลาดนานาชาติ (Go international) ได้แก่ กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product/ service) ตลาด (Market) เทคโนโลยี (Technology) หน้าที่ (Functions) และวิธีการเข้าและพัฒนา (Entry and development method)

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์การสร้างความสามารถได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage strategy) ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation strategy) เป็นต้น

กลยุทธ์ที่ 4 นวัตกรรม ซึ่งในที่นี้ หมายถึง นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) นวัตกรรมทางการตลาด (Market innovation) และนวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยี (Technological process innovation)

OECD (2009 b) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ว่าจากการรวบรวมข้อมูลจากประเทศสมาชิก พบว่ามีอุปสรรคสำคัญ ในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ได้แก่

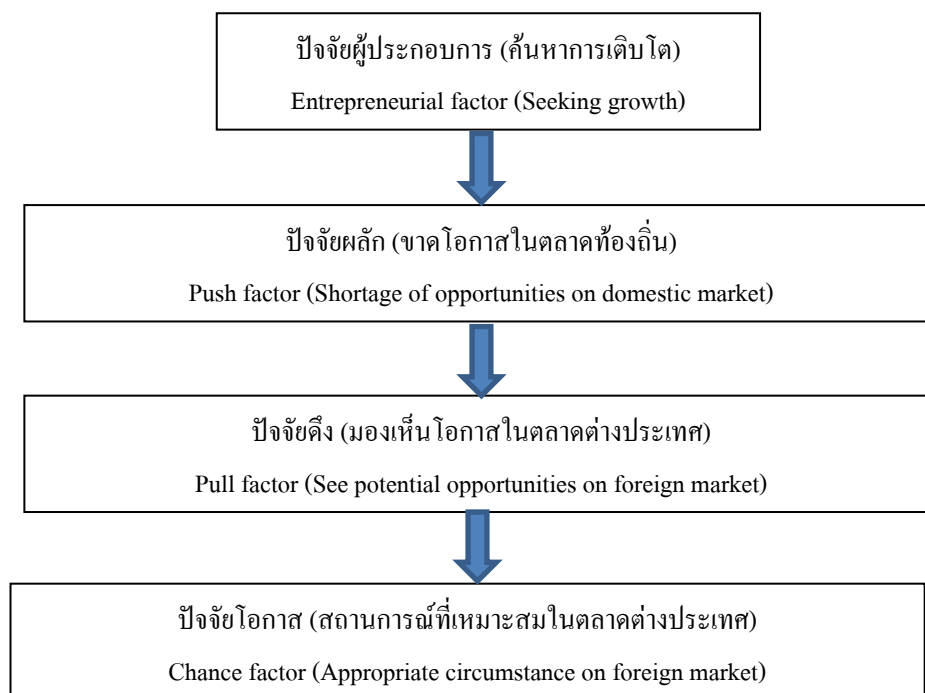
1. การขาดแคลนเงินทุนในการส่งออก ขีดจำกัดด้านเงินทุน และความเกี่ยวเนื่องกับทรัพยากรทางกายภาพอื่นนี้เป็นปัญหาหลักที่สำคัญของ SMEs
2. การมีข้อมูลที่จำกัดในการวิเคราะห์ตลาด
3. ผู้ประกอบการไม่มีความสามารถเพียงพอ ที่จะติดต่อลูกค้าต่างประเทศที่มีโอกาสในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

4. เจ้าของ/ผู้จัดการ ขาดเวลา ทักษะ และความรู้ในการบริหารจัดการ

Daszkiewicz and Wach (2012) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า การเข้าสู่ตลาดสากลและกระแสโลกาภิวัตน์นั้น ไม่ได้มีแต่โอกาสเท่านั้น แต่ก็มีความเสี่ยงหรืออุปสรรคสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้วยเช่นกัน สำหรับโอกาสนั้นมักจะอ้างอิงกับความสามารถในการส่งออก การเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ และการทำธุรกิจร่วมกับชาวต่างชาติ ในทางตรงกันข้าม สำหรับความเสี่ยงนั้น ก็คงจะเป็นในเรื่องของคู่แข่งในในแต่ละท้องถิ่น เมื่อการดำเนินธุรกิจขยายออกไปในระดับภูมิภาค

เมื่อต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรให้เพิ่มขึ้น ดูเหมือนว่าการสร้างแรงบันดาลใจในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Motivation for SME internationalization) จะเป็นประเด็นที่น่าสนใจ โดยอย่างน้อยที่สุดหากสามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศได้ก็จะมีตลาดในการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ และมีตลาดที่ใหญ่ขึ้น Daszkiewicz and Wach (2012) ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า OECD ได้ชี้ให้เห็นว่าการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศนั้น จะเกี่ยวเนื่องกับปัจจัย 4 ประการคือ

1. ปัจจัยผู้ประกอบการ (Entrepreneurial factor) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด เนื่องจากเป็นผู้แสวงหาการเติบโต โดยเฉพาะความพยายามในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และถ้าไม่มีผู้ประกอบการปัจจัยอื่นก็ไม่สามารถเป็นไปได้
 2. ปัจจัยผลัก (Push factor) หมายถึงปัจจัยที่เชื่อมโยงกับการไร้ความสามารถขององค์กรในการบรรลุการเติบโตในตลาดในประเทศมักเป็นปัจจัยในเชิงลบ
 3. ปัจจัยดึง (Pull factor) จะหมายถึงการรับรู้โอกาสในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ หรือการเข้าแทนที่ผู้ผลิตรายอื่น เมื่อมีความต้องการสินค้าและบริการขององค์กรในตลาดต่างประเทศมักเป็นปัจจัยในเชิงบวก
 4. ปัจจัยโอกาส (Chance factor) จะมีความสัมพันธ์กับการใช้โอกาสในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศจะหมายความถึงการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ เมื่อมีสถานการณ์ที่เหมาะสม
- ซึ่งปัจจัยทั้ง 4 ประการนี้ มีความสัมพันธ์ดังภาพที่ 2-4



ภาพที่ 2-4 แรงบันดาลใจในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Motivation for SME internationalization)
(Daszkiewicz & Wach, 2012)

และเมื่อพิจารณาผลการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเห็นว่าโมเดลที่น่าสนใจซึ่งนำมาใช้ในการอธิบายถึงการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของธุรกิจ สามารถสรุปได้พอสังเขป ดังนี้

1. Uppsala model

Johanson and Vahlne (1977) ทำการศึกษาการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ในประเทศสวีเดน พบว่า วิสาหกิจเหล่านี้เริ่มต้นการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศด้วยการส่งออก และค่อย ๆ พัฒนาอย่างช้า ๆ และมักมีรูปแบบที่เป็นทางการ โดยติดต่อประสานงานผ่านบริษัทที่อยู่ในตลาดต่างประเทศ และค่อย ๆ แทนที่ด้วยหน่วยงานขายของตนเอง และสร้างการเติบโตต่อไปโดยการผลิตสินค้าและบริการเข้าสู่ตลาดเอง ซึ่งเราเรียกโมเดลนี้ว่า

Uppsala model

AbHalim et al. (2011) ได้กล่าวไว้ว่า The uppsala model เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการเติบโตของวิสาหกิจในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยโมเดลนี้จะเน้นไปที่การขยายตลาดเข้าสู่ทางประเทศแบบค่อยเป็นค่อยไป ถ้าองค์กรต้องการจะลดความเสี่ยงก็ควรจะต้องใช้โมเดลนี้ โดยโมเดลนี้จะกล่าวไว้ว่า วิสาหกิจที่ยังไม่เคยส่งออกสินค้า ควรเริ่มต้นจากการส่งสินค้าออกโดยผ่าน

นายหน้า (Agent) และอาจใช้วิธีอื่นร่วมด้วย เช่น กิจการร่วมค้า (Joint venture) การรับใบอนุญาต (Licensing หรือ Franchising) เป็นต้น แต่จะเป็นวิธีใดนั้น ขึ้นอยู่กับธรรมชาติขององค์กร การเข้าสู่ตลาดด้วยโมเดลนี้ทำให้องค์กรได้รับความรู้ด้านตลาดอย่างค่อยเป็นค่อยไป และสามารถนำสิทธิประโยชน์หรือการสนับสนุนอื่น ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์

2. The network approach

Johanson and Mattsson (1988) ได้นำเสนอ 'The network approach to internationalization' โดยมุ่งเน้นความสำคัญไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ขาย (Suppliers) ลูกค้า (Customers) และตลาด (Market) ซึ่งเป็นผู้ช่วยสำคัญในการนำวิสาหกิจเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ เครือข่ายนี้จะเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับตลาดและความรู้ต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็นสะพานที่เชื่อมต่อระหว่างช่องว่างของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาเทคโนโลยีโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารและการติดต่อสื่อสาร จะช่วยให้การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเป็นไปได้อย่างรวดเร็วขึ้น สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นการเป็นสมาชิกเครือข่ายเป็นช่องทางที่ทำให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการเข้าสู่ต่างประเทศได้ง่ายขึ้น

3. International new ventures หรือ Born global

ในปัจจุบันความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีและการลดลงของการกีดกันทางการค้า มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เกิดการบูรณาการและเข้ากับยุคโลกาภิวัตน์ได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะมีส่วนช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเข้าสู่ตลาดสากลได้เร็วขึ้นและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทั้งนี้

Oviatt and McDougall (1994) ให้นำเสนอรูปแบบขององค์กรที่มีแนวโน้มในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศอย่างรวดเร็ว โดยเรียกว่าเป็น International New Ventures (INVs) หรือวิสาหกิจที่มีลักษณะของการ Born global และคำจำกัดความไว้ว่า คือหน่วยธุรกิจที่ค้นหาและได้รับผลประโยชน์จากการใช้ประโยชน์ทรัพยากรและจำหน่ายสินค้าเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดที่แตกต่างกันในแต่ละประเทศ

จะเห็นได้ว่าเมื่อพิจารณาจากโมเดลการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศข้างต้น โมเดล The network approach และ International new ventures หรือ Born global มีความเหมาะสมต่อการที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความต้องการจะเติบโต สามารถนำมาประยุกต์ใช้งานเพื่อให้เกิดการเติบโตสูงของวิสาหกิจ

การสนับสนุนการสร้างเครือข่ายหรือการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมแบบคลัสเตอร์

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.) ได้ให้ความหมายของ Cluster ไว้ว่า หมายถึง การรวมตัวกันของกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน

(Geographic proximity) เพื่อสร้างความร่วมมือ เชื่อมโยงและส่งเสริมการค้าเนติกกรรมระหว่างกัน ในลักษณะครบวงจร (Commonality and complementary) โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical linkage) จะเป็นความร่วมมือของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ส่วนความร่วมมือในแนวนอน (Horizontal linkage) นั้น จะเป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจบริการ หรือสมาคมการค้า และสถาบันวิจัยพัฒนา สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรมร่วมกันซึ่งในการพัฒนาคลัสเตอร์จะมีหัวใจหลัก คือ การสร้างความร่วมมือบนพื้นฐานของการแข่งขัน (Competition) โดยผู้ที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์นั้น ๆ จะต้องมีการวางแผน กำหนดทิศทางเป้าหมาย และกลยุทธ์ในการพัฒนาร่วมกัน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารความรู้ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ระหว่างกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพโดยรวมของคลัสเตอร์นั้น ๆ (Collective efficiency/ productivity) (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.)

ยิ่งไปกว่านั้น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ม.ป.ป.) ยังได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า การที่จะให้คลัสเตอร์แต่ละกลุ่มสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องนั้นคลัสเตอร์แต่ละคลัสเตอร์ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

1. ภาคเอกชน ซึ่งประกอบไปด้วย สมาชิกซึ่งดำเนินธุรกิจอันเป็นแกนหลักของคลัสเตอร์นั้น และมีความร่วมมือจากธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ
2. สถาบันการเงิน เพื่อเป็นพื้นฐานในด้านทรัพยากรทุน
3. สถาบันการศึกษา องค์กรผู้ให้บริการ และสถาบันวิจัยและพัฒนา ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาและเสริมสร้างพื้นฐานด้านทรัพยากรมนุษย์และนวัตกรรมของอุตสาหกรรม
4. ภาครัฐบาล ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนและร่วมมือผ่านทาง นโยบาย/ มาตรการ/ กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

โดยมีปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key success factors) ของการพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) ที่สำคัญ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.) ได้แก่

1. การมีความเข้าใจร่วมกันในทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic direction) ของผู้ที่เกี่ยวข้องในการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) รวมทั้งการร่วมกันกำหนดและการยอมรับในกลยุทธ์ร่วมเพื่อที่จะสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขันของการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) โดยรวม
2. การมีกลุ่มธุรกิจหลักที่เป็นผู้นำในการรวมกลุ่มของการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์)

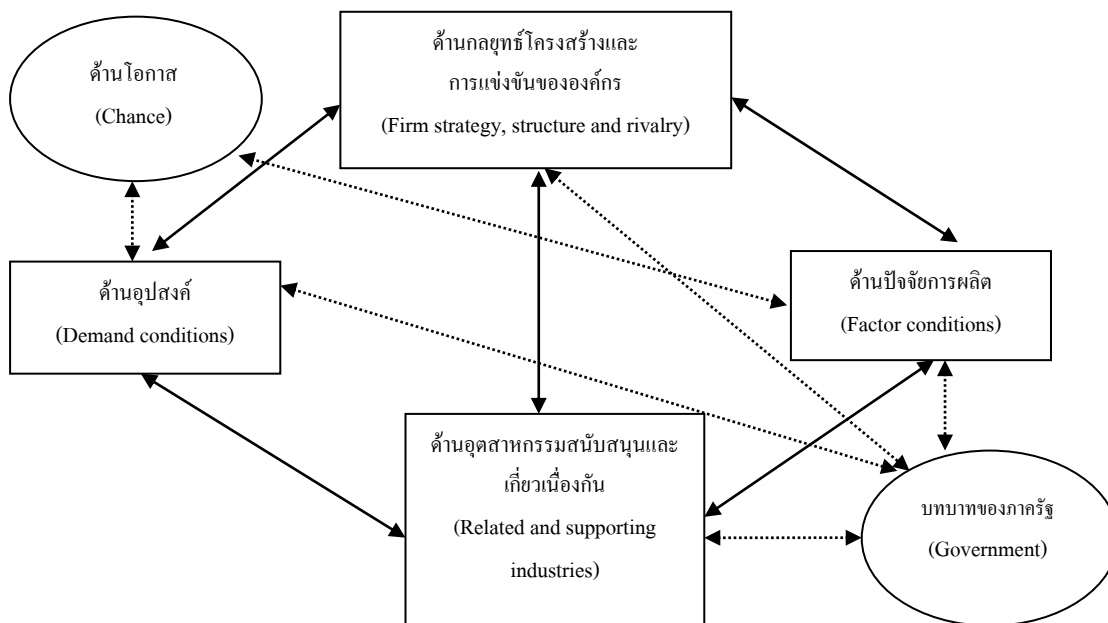
3. การมีปฏิสัมพันธ์อย่างแน่นแฟ้นและยั่งยืนระหว่างธุรกิจและผู้ที่เกี่ยวข้องในการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) ในการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งการติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินการพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์)

4. การมีผู้ประสานความร่วมมือและบริหารจัดการความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่อยู่ในการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์)

5. การมีที่ปรึกษาหรือผู้ที่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการรวมกลุ่มหรือการพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์)

6. การแสดงบทบาทที่เหมาะสมของผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) โดยภาครัฐทำหน้าที่เป็นผู้ให้การสนับสนุนเงิน โยบายและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อสร้างบรรยากาศการแข่งขันที่ดีของภาคเอกชน ในขณะที่เอกชนจะต้องมีบทบาทในการผลักดันการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมไปสู่เป้าหมายร่วมที่กำหนด ส่วนภาคสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนา และสถาบันเฉพาะทางจะต้องเป็นแกนหลักในการพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรมและทักษะความรู้ของบุคลากรให้สนับสนุนการเติบโตของการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์)

ทฤษฎีโมเดลเพชรของพอร์ตเตอร์ (1998 อ้างถึงใน พิมลวรรณ เกตพันธ์, ธำรงค์ เมฆโหรา และปัญญา หมั่นเก็บ, 2555) เป็นทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดในการส่งออกให้มีความพร้อมที่จะเผชิญวิกฤต เพื่อความอยู่รอดและมีความสามารถในการแข่งขันระดับนานาชาติ ดังภาพที่ 2-5



ภาพที่ 2-5 โมเดลเพชร (Porter, 1998)

จากภาพที่ 2-5 จะเห็นได้ว่าโมเดลเพชรของ Porter (1998) นี้เป็นโมเดลที่ใช้ในการวิเคราะห์ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และการเพิ่มประสิทธิภาพการตลาดในการส่งออก ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ด้านปัจจัยการผลิต (Factor conditions) ซึ่งจะหมายถึงขีดความสามารถของประเทศในการเปลี่ยนทรัพยากรพื้นฐานทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยปัจจัยการผลิตนั้น จะประกอบไปด้วย ปัจจัยพื้นฐานและปัจจัยก้าวหน้า ปัจจัยพื้นฐานก็คือปัจจัยที่มีอยู่เองตามธรรมชาติ หรือสามารถสร้างขึ้นมาได้โดยไม่ต้องใช้ความพยายามหรือลงทุนมากนัก ส่วนปัจจัยก้าวหน้าจะหมายถึงปัจจัยที่มีความสำคัญมากกว่า และจะสร้างขึ้นจากการใช้ความพยายาม ความตั้งใจ และต้องมีการลงทุนไม่ว่าจะโดยผู้ประกอบการหรือภาครัฐ ได้แก่ การมีวัตถุดิบเพียงพอและหาได้ง่าย การมีแรงงานที่มีค่าจ้างแรงงานราคาถูก และเทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น

2. ด้านอุปสงค์ (Demand conditions) ซึ่งจะหมายถึง สภาพของตลาดในประเทศ ปริมาณและระดับความต้องการของผู้บริโภคในประเทศต่อสินค้าของอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ โดยเริ่มจากภายในประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในตลาดโลก

3. ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องกัน (Related and supporting industries) ซึ่งจะหมายถึง คุณภาพหรือความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสนับสนุนหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน

ซึ่งจะช่วยค้ำจุนสถานภาพในการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมระดับโลก ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภค พื้นฐาน ระบบการขนส่ง ระบบการเงินการธนาคาร ระบบโทรคมนาคม เป็นต้น

4. ด้านกลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขันขององค์กร(Firm strategy, structure and rivalry) ซึ่งจะหมายถึง กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการเอง ซึ่งจะส่งผลในเชิงบวกหรือเชิงลบต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศโดยรวม และมีส่วนอย่างมากในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของแต่ละสาขาอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ ซึ่ง ได้แก่ การวางแผนทางการตลาด กลยุทธ์ทางการตลาด นโยบายการส่งออกของแต่ละองค์กร เป็นต้น

5. ด้านโอกาส (Chance) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญอีกหนึ่งด้านที่ส่งผลต่อ 4 ปัจจัยหลัก ของโมเดลนี้แต่ปัจจัยโอกาสจะไม่ใช่องค์ประกอบที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรหรือของประเทศโดยตรง เพราะโอกาสในการพัฒนาจะอยู่นอกเหนือจากความควบคุมขององค์กรหรือรัฐ ซึ่ง ได้แก่ วิกฤติภาวะสงคราม การเกิดอุทกภัย การเกิดโรคระบาด การก่อการร้าย หรือนโยบายเศรษฐกิจของรัฐบาล เป็นต้น

6. บทบาทของภาครัฐ (Government) ซึ่งจะหมายถึงว่าภาครัฐมีบทบาทในการที่จะพัฒนาหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศก็ได้ ถึงแม้ว่าภาครัฐจะไม่ใช่องค์ประกอบหลักโดยตรงที่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศ แต่นโยบาย มาตรการ กฎ ระเบียบและวิธีการปฏิบัติต่าง ๆ ที่กำหนดโดยภาครัฐนั้นอาจส่งผลกระทบต่อ 4 องค์ประกอบทั้ง 4 ของโมเดล ซึ่งส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมต่อไปได้

ฟิลิป คอตเลอร์ (2559) ได้นำเสนอไว้ในหนังสือผ่ากลยุทธ์เหนือตลาดโลก (Winning global market) ว่าหนึ่งในปัจจัยสภาพแวดล้อมในการลงทุนซึ่งดึงดูดความสนใจในการลงทุนให้กับนักลงทุน ก็คือ การที่เมืองมีการรวมตัวของกลุ่มอุตสาหกรรมใกล้เคียง หรือที่เรียกว่า Industrial cluster ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการขยายตัวของธุรกิจจากการเป็นพันธมิตรและการแลกเปลี่ยนความรู้กับอุตสาหกรรมในกลุ่มเดียวกัน และยังมีความได้เปรียบจากการที่มีซัพพลายเออร์อยู่ใกล้ ๆ นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในท้องถิ่น ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญและศูนย์บ่มเพาะธุรกิจทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีก็เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนเช่นเดียวกันด้วย

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าการรวมกลุ่มอุตสาหกรรมและการสร้างเครือข่ายเป็นวิธีทางหนึ่งในการนำไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน และนำไปสู่การเติบโตของวิสาหกิจ และสร้างโอกาสในการเป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับอุปสรรคที่มีผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ในการสร้างความเจริญเติบโตขององค์กรธุรกิจนั้น องค์กรต้องมีการดำเนินการกิจกรรมในการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ขององค์กรที่จำเป็น เพื่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของยอดขาย รวมถึงการเข้าถึงทรัพยากรให้ได้มากขึ้น ซึ่งในการดำเนินการนั้นย่อมต้องมีอุปสรรคเกิดขึ้นแตกต่างกันไปในแต่ละด้าน ทั้งนี้ได้มีการศึกษาถึงอุปสรรคที่สำคัญต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมพอสังเขป ดังนี้

องค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา หรือ โออีซีดี (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) (1998) ได้สรุปประเด็นปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ไว้ใน Small business, job creation and growth: facts, obstacles and best practices ว่าประกอบไปด้วยปัจจัยอย่างน้อย 5 ประการ คือ

ประการที่ 1 ความล้มเหลวของตลาด (Market failures) โดยเฉพาะอุปสรรคในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจที่เริ่มต้นอยู่ในช่วงเริ่มต้นกิจการ (Start-up) และธุรกิจขนาดย่อม (Small firms) ถึงแม้ว่าวิสาหกิจเหล่านี้จะมีความสามารถด้านนวัตกรรมมากกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ก็ตาม

ประการที่ 2 ระเบียบปฏิบัติและนโยบายของรัฐ (Government regulations and policies) โดยพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจที่เติบโตสูง (High-growth entrepreneurs) มักมีทัศนคติเชิงลบต่อการเติบโตของวิสาหกิจ เนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านี้มักจะประเมินว่า การทำงานของระบบราชการ (Bureaucracy) การจ่ายเงินสนับสนุนกองทุนประกันสังคม (Social security contributions) อัตราภาษีเงินได้นิติบุคคล (Company taxes) อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (Personal income taxes) ตลอดจนนโยบายด้านการคลัง (Fiscal policy) หรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับแรงงาน (Labor Law) รวมถึงต้นทุนแรงงานทางอ้อม (Indirect labor costs) เป็นต้น มักส่งผลกระทบต่อ การเติบโตขององค์กรในเชิงลบ

ประการที่ 3 การเข้าถึงตลาดต่างประเทศ (Access to foreign markets) ตลอดจนปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน (Exchange rate fluctuations) หรือแม้แต่การกำหนดและศึกษาตลาดเป้าหมาย (Identifying and prospecting markets) รวมถึงมาตรฐานเทคนิคที่แตกต่างกัน (Different technical standards) และกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ซึ่งมักพบว่ามีกีดกัน (Discriminatory public contract award procedures) และการทำงานของระบบราชการ (Bureaucracy) ล้วนแล้วแต่เป็นอุปสรรคต่อการค้าระหว่างประเทศ และกระบวนการในยุคโลกาภิวัตน์

ประการที่ 4 ปัญหาการเข้าถึงเทคโนโลยี (Access to existing technologies) นับเป็นอุปสรรคที่สำคัญอีกประการหนึ่งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีศักยภาพในการเติบโต เนื่องจากปัญหาการขาดแคลนข้อมูล ขาดอำนาจในการต่อรอง หรือการที่วิสาหกิจขนาดใหญ่มักมีการใช้อำนาจเหนือตลาดเพื่อกีดกันไม่ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้

ประการที่ 5 ความยากลำบากในการจัดหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับวิสาหกิจ (Difficulties in recruiting qualified staff and skilled workers)

Degenhardt et al. (2002) ทำการศึกษา The growth gap: a small enterprise phenomenon ในประเทศเอกวาดอร์ ซึ่งผลการศึกษานำเสนอความแตกต่างของช่องว่างในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดเล็ก พบว่า มีข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับเหตุผลสำคัญ 4 ประการ ที่วิสาหกิจขนาดเล็กไม่มีการเติบโต ได้แก่

ประการที่ 1 วิสาหกิจมีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการที่ชัดเจนตั้งแต่เริ่มต้น คือ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งองค์กรตั้งแต่เริ่มต้นว่าจะเข้าสู่ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche market) เท่านั้น

ประการที่ 2 เจ้าของ-ผู้จัดการได้ทำการประเมินความเสี่ยงของกิจการว่าจะเกิดความเสียหายและเกิดความเสียหายในการดำเนินธุรกิจหากธุรกิจมีการเติบโตมากกว่าการอยู่ในสถานะเดิม

ประการที่ 3 เจ้าของ-ผู้จัดการเลือกที่จะบริหารวิสาหกิจที่มีขนาดเล็กด้วยเหตุผลส่วนตัว
ประการที่ 4 มีตัวอย่างจากประเทศที่พัฒนาแล้ว ว่าในการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดเล็กนั้น จะมีรูปแบบในการบริหารจัดการอย่างเป็นทางการ แต่หากเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ในการบริหารจัดการ มักจะต้องดำเนินไปในวิธิต่างที่เป็นทางการโดยส่วนใหญ่

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก) ได้สรุปไว้ว่าอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง (High-growth SMEs) นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ที่สำคัญ คือ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกองค์กร โดยมีรายละเอียดพอสังเขป ดังนี้

1. ปัจจัยภายในองค์กรได้แก่

1.1 คุณสมบัติของผู้บริหาร (Barber et al., 1989)

1.2 ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน (Barber et al., 1989) ปัญหาการบริหารการเงินภายใน (Terpstra & Olson, 1993) ปัญหาด้านเงินทุนโดยประเภทของเงินทุนที่ใช้ไม่เหมาะสมต่อประเภทธุรกิจ และการขาดการร่วมลงทุน (Berney, 1994)

- 1.3 การเข้าถึงตลาดแรงงานภายนอกองค์กร (Barber et al., 1989) ตลอดจนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Terpstra & Olson, 1993)
 - 1.4 การเข้าถึงโครงสร้างตลาด (Barber et al., 1989) รวมถึงปัญหาด้านการขายและการตลาด (Terpstra & Olson, 1993)
 - 1.5 ปัญหาการจัดการทั่วไป (Terpstra & Olson, 1993) ตลอดจนการขาดการบริหารจัดการที่ดีทางการเงิน การบริหารองค์กร การบริหารการผลิต และการบริหารการตลาด (Berney, 1994) ตลอดจนการมีรูปแบบการบริหารงานที่เป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโต (Peterson, Dyer, Farr, & Christensen, 1995)
 - 1.6 ปัญหาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการประเมินต้นทุนที่ไม่ถูกต้อง (Berney, 1994)
 - 1.7 ปัจจัยด้านจิตวิทยา/ แรงบันดาลใจ กล่าวคือ ไม่มีความทะเยอทะยาน การพยายามหลีกเลี่ยงความเสี่ยง และความกลัวในการสูญเสีย (Berney, 1994)
 2. ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่
 - 2.1 ความล้มเหลวของตลาด (Market failures) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดทุน (OECD, 1998)
 - 2.2 กฎระเบียบ และนโยบายของภาครัฐ (Government regulations and policies) (OECD, 1998)
 - 2.3 การเข้าถึงตลาดต่างประเทศ (Access to foreign markets) (OECD, 1998)
 - 2.4 ปัญหาการเข้าถึงเทคโนโลยี (Access to existing technologies) (OECD, 1998)
 - 2.5 ความยากลำบากในการจัดหาบุคลากรที่มีความสามารถ และแรงงานที่มีทักษะ (Difficulties in recruiting qualified staff and skilled workers) (OECD, 1998)
 - 2.6 ปัญหาอุปสรรคในกระบวนการพัฒนาผลการวิจัยพัฒนาไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Osawa & Miyazaki, 2006)
 - 2.7 ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงิน และต้นทุนทางการเงิน (European Commission Enterprise and Industry, 2011)
- Gibcus (2006) ได้สรุปไว้ว่า อุปสรรคในการเติบโตสูงของวิสาหกิจนั้นมีหลากหลายด้าน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าวิสาหกิจจะประสบความสำเร็จในการเติบโตสูงไม่ได้ วิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงมักมีหนทางในการแก้ปัญหาของตนเอง แต่ก็พบว่า มีปัญหาที่มักจะพบในวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงมากกว่าวิสาหกิจทั่ว ๆ ไป โดยปัญหาใหญ่ที่พบคือปัญหาด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น

1. ปัญหาด้านการจ้างพนักงานที่มีคุณภาพ ทั้งนี้ พนักงานที่จะเข้ามาทำงานกับวิสาหกิจลักษณะนี้ จะต้องเป็นบุคคลที่สามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วนี้ได้ดี และมีความสามารถในการทำงานที่หลากหลาย สามารถทำงานได้หลายประเภท

2. ปัญหาด้านการบริหารจัดการและโครงสร้างองค์กร ซึ่งวิสาหกิจที่เป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงนี้มักมีการเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว ซึ่งรวมถึงความต้องการการเปลี่ยนแปลงของพนักงานและผู้บริหารด้วย ซึ่งปัญหาด้านนี้ยังรวมถึงการมอบหมายงานในองค์กร การขาดกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่ชัดเจน การขาดความสามารถในการปรับเปลี่ยนในด้านต่าง ๆ ตลอดจนการมีบรรยากาศในการทำงานขององค์กรที่ไม่ดี

3. กระบวนการและระบบเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น ระบบก็จะเป็นเรื่องล้าสมัย และหากไม่สามารถดำเนินการตามระบบใหม่ได้ ปัญหาต่าง ๆ อีกมากมายก็จะตามมา ได้แก่ การบริหารจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้า การจัดการฐานความรู้ขององค์กร และอื่น ๆ ซึ่งต้องปรับตามระบบใหม่

4. เงินลงทุนและความช่วยเหลือด้านการเงิน ส่วนใหญ่วิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงมักเผชิญกับปัญหาด้านการเงิน เช่น ไม่สามารถชี้แจงหรือชี้ให้เห็นถึงผลของการขายตัวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างชัดเจน

แต่อย่างไรก็ตาม โดยส่วนใหญ่แล้ววิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงมักจะก้าวผ่านอุปสรรคเหล่านี้มาได้ และสามารถแก้ปัญหาเพื่อให้การดำเนินธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้

Stam et al. (2007) ทำการศึกษา High Growth Entrepreneurs, Public Policies and Economic Growth พบว่ามีอุปสรรคสำคัญ 3 ประการสำหรับวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง ได้แก่

1. องค์กรที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วมักประสบปัญหาความยากลำบากในการจ้างงานพนักงานที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ ซึ่งส่วนใหญ่จะต้องการพนักงานที่สามารถทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ดี

2. องค์กรที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วมักประสบปัญหาความยากลำบากในการเข้าถึงกองทุนหรือแหล่งเงินทุน

3. องค์กรที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วมักประสบปัญหาความยากลำบากในด้านประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ และการจัดโครงสร้างองค์กร รวมถึงการมอบหมายงานที่ชัดเจน

Nkonoki (2010) ได้ทำการศึกษาในเรื่อง What are the factors limiting the success and/or growth of small businesses in Tanzania? ผลการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อม (Small firms) พบว่า ในความเป็นจริงแล้วนั้นการเติบโตของวิสาหกิจขนาดย่อมในประเทศแทนซาเนีย รวมถึงประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายนั้น ได้แก่ ด้านการบริหาร

จัดการและแรงจูงใจ ด้านทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กร และด้านโอกาสในการเข้าถึงตลาดและโครงสร้างของตลาด

Amat et al. (2013) ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่าธุรกิจที่มีการเติบโตสูง (High-growth businesses) นั้น เป็นธุรกิจที่ต้องได้รับความสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากมีผลต่อการจ้างงานและการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ แต่จากการศึกษาก่อนหน้านี้ มักพบว่า วิชาธุรกิจที่มีการเติบโตสูงมักไม่มีความยั่งยืน จากการศึกษาในครั้งนี้ของ Amat et al. (2013) พบว่า ความยั่งยืนของยอดขาย ผลกำไร และการเติบโตของการจ้างงานขององค์กรนั้น แต่ละองค์กรจะต้องใช้กลยุทธ์ดั้งเดิมของตนเอง ได้แก่ ความมั่นคงทางการเงิน เช่น การมีภาระหนี้สินไม่มาก เป็นต้น มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา การมีคุณภาพทั้งองค์กร (Overall quality) และการเข้าสู่ตลาดสากล (Internationalization) ซึ่งผลการศึกษานี้ น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายของผู้จัดการในการพัฒนาธุรกิจ รวมถึงการสร้างการเติบโตให้กับธุรกิจ

Dan and Anthony (2013) ได้กล่าวไว้ว่า มีความท้าทายทั้งหมด 5 ประการ ซึ่งวิชาธุรกิจขนาดเล็กจะต้องก้าวผ่านไปได้ หากต้องการจะประสบความสำเร็จในการเป็นองค์กรระดับโลก ซึ่งจะช่วยขยายกำลังการผลิตขององค์กร และจะส่งผลกระทบต่อเนื่องไปสู่โอกาสในการขาย การจ้างงานและการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ปัจจัยทั้ง 5 ประการนี้ ได้แก่

1. การขาดสิ่งกระตุ้นให้วิชาธุรกิจเติบโตและขยายไปสู่การตลาดในระดับสากล (International expansion)
2. ความขาดแคลนทักษะในการบริหารจัดการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์เป็นวิชาธุรกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth)
3. การลงทุนด้านเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลิตภาพและการเติบโต
4. การขาดการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา ซึ่งจะนำไปสู่การเกิดนวัตกรรม และ
5. การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการเติบโต ซึ่งรวมถึงเงินลงทุนด้านเทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และการเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารจัดการ

ปัญหาการทอริคคอร์ปชั่น

วิทยากร เชียงกูล (2549) ได้ให้ทัศนะไว้ว่า เรื่องของการคอร์ปชั่นและผลประโยชน์ทับซ้อนนั้น ไม่ได้เป็นเพียงแค่เรื่องของการผิดกฎหมาย หรือผิดศีลธรรมจริยธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นเรื่องของความบกพร่องในการบริหารจัดการทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ที่ส่งผลกระทบต่อเนื่องไปสู่หลายภาคส่วน รวมถึงยังเป็นการบ่อนทำลายการพัฒนาเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการบิดเบือนต่อการตัดสินใจในการดำเนินการทางเศรษฐกิจ ส่งผลให้เกิดความไม่สมดุลทางเศรษฐกิจ ไม่สามารถตอบสนองให้ประชาชนเกิดความพึงพอใจหรือความสุขอย่างแท้จริง โดยวิทยากร

เซียงกุล (2549) ได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวนี้ไว้ในหนังสือแนวทางปราบคอร์รัปชันอย่างได้ผล: เปรียบเทียบไทยกับประเทศอื่น ว่าสามารถทำได้โดยการพัฒนาประเทศให้เกิดการกระจายความอยู่ดีกินดี หรือสร้างให้ประชาชนส่วนใหญ่มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยมองการพัฒนาในองค์กรรวม ให้ประชาชนมีการศึกษาที่มีคุณภาพ มีระบบสาธารณสุขที่ดี มีพละนาามัยดี มีสิทธิเสรีภาพในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และมีอำนาจการต่อรองอย่างเป็นประชาธิปไตย

ศิริวรรณ มนอัคระผดุง (2555) ได้ให้ความหมายของการคอร์รัปชันไว้ว่า หมายถึง การประพฤติของเจ้าหน้าที่รัฐที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมาย อันเนื่องมาจากงดการปฏิบัติ เลือกปฏิบัติ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อตนเองและพรรคพวก ซึ่ง ศิริวรรณ มนอัคระผดุง (2555) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่าปัญหาการทุจริตการคอร์รัปชันนั้น ได้ฝังรากลึกในสังคมของไทยมานานมาก นับตั้งแต่ที่มีการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราช ซึ่งมักเอื้อต่อการสร้างความสัมพันธ์ในด้านอำนาจระหว่างผู้ปกครองและผู้ถูกปกครอง มักมีการเอื้อเพื่อ เอื้อประโยชน์ จุนเจือกันในวงญาติ (Nepotism) ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญให้เกิดการคอร์รัปชันในสังคมไทย ศิริวรรณ มนอัคระผดุง (2555) ยังได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า ประเทศไทยนั้นต้องสูญเสียงบประมาณไปปีละประมาณร้อยละ 10-30 ของงบประมาณรายจ่ายประจำปี หรือประมาณปีละกว่าแสนล้าน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีการคอร์รัปชันน้อย อย่าง นิวซีแลนด์ เดนมาร์ก ฟินแลนด์ และ สิงคโปร์ และเมื่อพิจารณาสถานการณ์ของประเทศไทย โดยอ้างอิงจากผลการจัดอันดับขององค์การเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International: TI) พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2538 ถึง 2554 นั้น ประเทศไทยมีค่าดัชนีชี้วัดภาพลักษณ์คอร์รัปชัน (Corruption Perceptions Index: CPI) ที่คะแนนเฉลี่ย 3.31 (ทั้งนี้ ประเทศที่มีการจัดการคอร์รัปชันดีขึ้นแล้วต้องมีคะแนนขั้นต่ำไม่น้อยกว่า 5 คะแนน) ซึ่งถือว่าสถานการณ์คอร์รัปชันของประเทศไทยยังมีแนวโน้มอยู่ในระดับสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านที่มีการบริหารจัดการดี เช่น สิงคโปร์ และฮ่องกง และศิริวรรณ มนอัคระผดุง (2555) ยังได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่าหากรัฐบาลต้องการที่จะแก้ไขปัญหาการคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรม รัฐบาลควรมีการกำหนดมาตรการในการแก้ไขปัญหาด้วยการบังคับใช้กฎหมาย มีมาตรการทางด้านกฎหมายในการปราบปรามโดยตรง และดำเนินมาตรการในการป้องกันทุจริตคอร์รัปชัน โดยการให้ทุกภาคส่วนร่วมกันศึกษาเรียนรู้และทำความเข้าใจและช่วยกันเผยแพร่ เพื่อให้รู้เท่าทันนักการเมืองในปัจจุบันได้ โดยให้สื่อมวลชน องค์กรอิสระและองค์กรตรวจสอบภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบการทุจริตคอร์รัปชันจึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะป้องกันการคอร์รัปชันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จารุวรรณ สุขุมาลพงษ์ (2556) ให้ทัศนะไว้ว่าในปัจจุบันนั้น ปัญหาคอร์รัปชันถือได้ว่าเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ทั้งประเทศที่ด้อยพัฒนา กำลังพัฒนา หรือแม้แต่

ประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งปัญหาการคอร์รัปชันนี้ได้กลายมาเป็นปัญหาสำคัญที่สุดปัญหาหนึ่งของหลาย ๆ ประเทศ ซึ่งทวีความรุนแรงและซับซ้อนมากขึ้นเรื่อย ๆ แม้ว่าหลายประเทศได้ก้าวเข้าสู่ความทันสมัย มีระบบการบริหารราชการแบบสมัยใหม่ มีการรณรงค์จากองค์กรของรัฐหรือองค์กรอิสระต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาคประชาชน วิชาการ โลก หรือแม้แต่องค์กรสหประชาชาติ เนื่องจากทุกภาคส่วนมองเห็นว่าปัญหาการคอร์รัปชันนี้เป็นปัญหาที่นำไปสู่ความยากจน และเป็นอุปสรรคขัดขวางการพัฒนาอย่างแท้จริง ในส่วนของประเทศไทยนั้น จารูวรรณ สุขุมลพงษ์ (2556) ได้ให้ข้อคิดเห็นว่าปัญหาการคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่มีความสำคัญในลำดับต้น ๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นมานาน และพบได้เกือบทุกกลุ่มอาชีพในสังคมไทย รวมถึงมีความเกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมไทยมานาน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นมีหลากหลายมาก ซึ่งมีส่วนในการขัดขวางการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไม่ให้เติบโตได้

แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy)

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ (Public policy) และทางเลือกสาธารณะ (Public choice)

ตั้งแต่อดีตมานักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะไว้ ซึ่งสามารถสรุปได้พอสังเขป ดังนี้

Thomas Dye (1978 อ้างถึงใน สุภชัย ยาวะประภาส (2554) และสัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ และอนุรัตน์ อนันธนาธร (2555)) ได้กล่าวไว้ว่า นโยบายสาธารณะคือสิ่งใดก็ตามที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำ

Jame Anderson (1975 อ้างถึงใน สุภชัย ยาวะประภาส (2554) และสัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ และอนุรัตน์ อนันธนาธร (2555)) ได้ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะไว้ว่า เป็นแนวทางในการปฏิบัติที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อตอบสนองต่อปัญหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะ หรือก็คือแนวทางที่รัฐบาลกำหนดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ

David Easton (1971 อ้างถึงใน สุภชัย ยาวะประภาส, 2554) ได้ให้ความหมายของนโยบายสาธารณะไว้ว่า เป็นการจัดสรรผลประโยชน์ หรือสิ่งที่มีคุณค่าระหว่างปัจเจกชนและกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ในระบบสังคมการเมือง

สุภชัย ยาวะประภาส (2554) ได้นิยามนโยบายสาธารณะไว้ว่า นโยบายสาธารณะเป็นการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาล ซึ่งรวมถึงกิจกรรมที่ผ่านมาในอดีต กำลังดำเนินอยู่ในปัจจุบัน และ

คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ แนวทางการดำเนินกิจกรรมนี้ จะหมายถึง ทางเลือกที่รัฐบาล ได้กำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหา บรรเทาปัญหา และ/ หรือป้องกันปัญหาต่าง ๆ ตามภาระหน้าที่ของ รัฐบาล

สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ และอนรรตน์ อนันธนาธร (2555) ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่า นโยบาย สาธารณะจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องการกระทำที่มีเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ชัดเจนมากกว่าการกระทำ โดยบังเอิญหรือไม่ได้ตั้งใจ ประกอบไปด้วย ชุดหรือแบบแผนการกระทำที่ต่อเนื่องกัน เกิดขึ้นเพื่อ ตอบสนองข้อเรียกร้องในเชิงนโยบายหรือการเรียกร้องของผู้ขอให้มีการกระทำหรือคว้งการกระทำ ในเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับสาธารณะ เกี่ยวข้องกับสิ่งที่รัฐบาลลงมือกระทำจริง ๆ โดยมีความเป็นไปได้ ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ และต้องอยู่บนพื้นฐานของกฎหมายหรือภายใต้ผู้มีอำนาจ

สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2556) ได้กล่าวไว้ว่า โดยทั่ว ๆ ไปแล้ว นโยบายสาธารณะจะเป็น เรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางการเมืองและสังคมอย่างกว้างขวาง โดยมีรากฐานมาจาก สภาพปัญหาต่าง ๆ ของสังคม ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาที่ประชาชนมีความคาดหวังว่าภาครัฐจะต้องเป็น ผู้ดูแลรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหา ซึ่งในการดำเนินการจะต้องมีหลายภาคส่วนเข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล ระบบราชการ รัฐสภา เป็นต้น ซึ่งนโยบายสาธารณะที่ถูกกำหนดขึ้นนี้ย่อมส่งผล กระทบต่อวิถีการดำรงชีวิต ตลอดจนคุณภาพชีวิตของประชาชน ทั้งนี้ สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2556) ได้จำแนกลักษณะที่สำคัญของนโยบายสาธารณะไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำ หรือไม่กระทำ โดยเป็นการใช้อำนาจรัฐในการจัดสรรกิจกรรมเพื่อตอบสนองค่านิยมทางสังคม โดยมีผู้นำทางการเมือง ฝ่ายบริหาร ฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายตุลาการ เป็นต้น เป็นผู้มอำนาจในการกำหนด นโยบายสาธารณะนี้ ทั้งนี้หากรัฐบาลเลือกที่กระทำ กิจกรรมจะต้องเป็นชุดของการกระทำที่มี แบบแผน มีระบบและกระบวนการอย่างชัดเจน มีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง รวมถึงต้องมี เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และจุดมุ่งหมาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนจำนวนมาก เป็นกิจกรรมที่สามารถดำเนินการได้จริง และมีผลลัพธ์ในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของสังคม

Buchanan (n.d.) ได้กล่าวถึงทางเลือกสาธารณะไว้ว่า ทางเลือกสาธารณะเป็นการประยุกต์ ใช้วิธีการวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการศึกษาทางด้านรัฐศาสตร์ เป็นการวิเคราะห์ การตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง และการตัดสินใจของรัฐบาล

ธนวัฒน์ พิมลจินดา (2554) ให้ทัศนะในเรื่องการจัดการงานสาธารณะ สามารถสรุปได้ พอสังเขป คือ เป็นการจัดการที่มุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง (Citizen center) และเน้น การบริหารแบบมืออาชีพ (Professional) ตลอดจนต้องมีจิตวิญญาณผู้ประกอบการ (Entrepreneur) โดยนำกลไกตลาดมาประยุกต์ใช้ เน้นประชาชนซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย มีการทำงานเชิงรุก

แสวงหา มุ่งการแข่งขันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและการพัฒนา (Competitive to efficiency and development) เป็นต้น

จุไรรัตน์ จลจักรวัฒน์ (ม.ป.ป.) ได้กล่าวถึง ลักษณะของนโยบายสาธารณะที่ดีไว้ว่า นโยบายสาธารณะนั้นจะต้องมีความชัดเจน ต้องสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมและความต้องการของประชาชนโดยรวม ครอบคลุมไปถึงสภาพการณ์ในอนาคต จะต้องสนองตอบต่อเจตนารมณ์ของฝ่ายนิติบัญญัติได้ดี โดยจะต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจนบนพื้นฐานที่คำนึงถึงผลประโยชน์สาธารณะเป็นหลัก ตลอดจนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบาย มีการดำเนินงานโดยการกำหนดวิธีการดำเนินงานและมีการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมแก่การดำเนินงาน รวมถึงมีความสอดคล้องกับปัจจัยภายนอกองค์กร นโยบายสาธารณะที่ดีจะต้องใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย มีการกำหนดขอบเขตและระยะเวลาในการใช้นโยบายที่ชัดเจน

จากที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะ ก็คือ ทางเลือกสาธารณะ ซึ่งเป็นแนวในการดำเนินกิจกรรมของรัฐบาลที่รัฐบาลเลือกที่จะดำเนินการหรือไม่ดำเนินการ และหากรัฐบาลเลือกที่จะดำเนินการ ก็จะนำไปสู่การกำหนดกรอบนโยบายและการจัดทำแผนการดำเนินงาน เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้บรรลุวัตถุประสงค์ในภาระหน้าที่ของรัฐบาลต่อไป

ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า นโยบายสาธารณะหรือทางเลือกสาธารณะที่ดี ควรมีลักษณะตามแนวคิดของสมบัติ ชำรงชัญวงศ์ (2556) และจุไรรัตน์ จลจักรวัฒน์ (ม.ป.ป.) กล่าวคือ นโยบายหรือทางเลือกสาธารณะที่รัฐเลือกที่จะกระทำนั้น จะต้องเป็นกิจกรรมที่เป็นชุดของการดำเนินการที่มีแบบแผน มีระบบและกระบวนการอย่างชัดเจน มีความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง รวมถึงจะต้องมีเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และจุดมุ่งหมาย เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนส่วนใหญ่ เป็นกิจกรรมที่สามารถดำเนินการได้จริง และมีผลลัพธ์ในการแก้ไขปัญหาที่สำคัญของสังคม อีกทั้งควรมีความสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและความต้องการของประชาชนโดยรวมทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยมีเป้าหมายที่ชัดเจนบนพื้นฐานที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลัก ตลอดจนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบาย มีการดำเนินงานโดยการกำหนดวิธีการดำเนินงานและมีการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมแก่การดำเนินงาน รวมถึงมีความสอดคล้องกับปัจจัยภายนอกองค์กรอีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

ในภาวะที่ประเทศประสบปัญหาการสร้างความเชื่อมั่นและผลักดันให้เกิดโอกาสในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในการกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการปฏิบัติของภาครัฐ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) จึงเป็นหนึ่งทางเลือกที่เหมาะสม เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ก่อให้เกิดโอกาสในการจ้างงานใหม่ ๆ ตลอดจนสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศดังเช่นผลการศึกษาจากหลายท่าน ดังนี้

OECD (1997) ทำการวิเคราะห์และให้ความคิดเห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs มีความสำคัญต่อการสร้างงานและการเติบโตของผลิตภาพของประเทศ แต่ความเข้าใจในเรื่องบทบาทของแต่ละหน่วยงานและปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจยังคงมีอยู่ อย่างไรก็ตาม ภาครัฐยังคงทำการศึกษาเพื่อให้เกิดความเข้าใจในปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจที่แท้จริง เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายสนับสนุนที่ตรงประเด็น เพื่อให้เกิดการเติบโตของระบบเศรษฐกิจของประเทศ

Suh and Chung (1998) ทำการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ในประเทศเกาหลีใต้ พบว่า เพื่อแก้ปัญหาการว่างงานของประเทศ ได้มีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของอุตสาหกรรมภาคการผลิตใหม่ ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างงานในอุตสาหกรรมภาคการผลิตในระบบเศรษฐกิจทั้งหมดของประเทศ โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นระหว่างปี ค.ศ. 1980-1995 นอกจากนี้ยังพบว่าวิสาหกิจขนาดเล็กเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเกิดงานใหม่ ๆ และยังพบว่า การกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมการสร้างงานใหม่ ๆ ยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดบริษัทร่วมทุนเพิ่มขึ้นด้วย

Waasdorp and Bakkenes (2006) ให้ข้อคิดเห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) เปรียบเสมือนดวงดาวแห่งระบบเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน ในประเทศเนเธอร์แลนด์นั้น มีการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990s หน่วยงานที่มีการเติบโตสูงนี้มีลักษณะเด่นที่สำคัญ คือ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) มีความสำคัญอย่างยิ่งในการจ้างงานและทิศทางความเคลื่อนไหวของระบบเศรษฐกิจ และนั่นหมายความว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) มีความสำคัญมากเพียงพอในการกำหนดนโยบายด้านเศรษฐกิจ

Suddle and Hessels (2007) ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่าวิสาหกิจใหม่ ๆ ทำให้เกิดงานใหม่ ๆ นับตั้งแต่ที่ Birch (1987) พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ก่อให้เกิดงานใหม่ ๆ มากมาย การให้ความสนใจต่อการประกอบการสำหรับวิสาหกิจใหม่ ๆ ก็เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว มีผลการศึกษามากมายที่ชี้ให้เห็นว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทสำคัญต่อการเกิดขึ้นของงานใหม่ ๆ และนั่นคือ สาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของวิสาหกิจ แต่ยังคงเป็นเรื่องยากที่จะออกแบบนโยบายที่มีประสิทธิภาพสำหรับวิสาหกิจในกลุ่มนี้ ทั้งนี้เนื่องมาจากประสบการณ์ในการดำเนินการสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ยังคงมีไม่มากนัก และนอกจากจะพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) สร้างงานใหม่ ๆ จำนวนมากแล้ว ยังพบว่าบ่อยครั้งงานที่เกิดขึ้นใหม่นี้เป็นงานที่มีความเกี่ยวเนื่องกับนวัตกรรมอีกด้วย

David (2012) ให้ข้อคิดเห็นว่าการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms) พบว่า ในประเทศสมาชิกของ OECD นั้น วิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงนั้น มีส่วนอย่างมากในการสร้างงาน และการกำหนดนโยบายที่มีการส่งเสริมให้วิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงนี้จะช่วยลดอัตราว่างงาน และช่วยส่งเสริมการเติบโตของระบบเศรษฐกิจ

Daszkiewicz and Wach (2012) ศึกษาการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Internationalization of SMEs) ในประเทศโปแลนด์ พบว่าในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของชาติ การเพิ่มขึ้นของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ก่อให้เกิดความได้เปรียบหลายด้าน เช่น การเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความคล่องตัวและยืดหยุ่นต่อการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมการดำเนินธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงไป การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและกระแสโลกาภิวัตน์เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หากเป็นโอกาส การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับวิสาหกิจ เนื่องจากจะช่วยปรับตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจให้ดีขึ้นจากปัจจัยเสริมต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงทรัพยากรด้านเทคโนโลยี หรือการมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างเครือข่ายทางธุรกิจ

Tuan (2012) ซึ่งได้ทำการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ภาคการผลิตของเวียดนาม ได้สรุปในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนจากภาครัฐไว้ว่า ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาผู้ประกอบการที่เป็นเพศหญิง

เนื่องจากยังมีต่อวงการ นอกจากนี้ ยังควรให้การสนับสนุนโดยการจัดการฝึกอบรม การพัฒนาภาคการศึกษา ละครจัดให้มีศูนย์ให้คำปรึกษาทางธุรกิจก็จะเป็นประโยชน์อย่างมาก

Dan and Anthony (2013) ได้สรุปไว้ใน Driving canadian growth and innovation ว่า เศรษฐกิจของประเทศแคนาดานั้นมีแนวโน้มที่จะมีการสร้างงานใหม่ ๆ และการเกิดของนวัตกรรมต่าง ๆ ในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการในแคนาดากำลังเผชิญหน้ากับความท้าทายในการสร้างวิสาหกิจให้เป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High-growth companies) ในเบื้องต้นนั้นผู้กำหนดนโยบายของแคนาดาจะต้องมีการผลักดันให้วิสาหกิจมีการเติบโต โดยจะต้องมีการชี้บ่งให้ได้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใดบ้างที่มีโอกาสที่จะเติบโตเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) โดยผู้กำหนดนโยบายควรดำเนินการร่วมกับผู้ประกอบการ นักวิจัย และเจ้าหน้าที่ทางการเงิน เพื่อจัดอุปสรรคหลักในการเติบโตและการเกิดของนวัตกรรม รวมถึง

1. สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการเห็นข้อดีของการเติบโตของวิสาหกิจ
2. ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจ
3. สร้างสมรรถนะสำคัญที่ผู้บริหารของวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงจะต้องมี
4. ส่งเสริมการเลือกใช้เทคโนโลยีระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
5. ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการกำหนดราคาที่เหมาะสมในกรณีการบริการทางไกล
6. กระตุ้นให้วิสาหกิจทำการวิจัยและพัฒนา (R & D) และการใช้ประโยชน์จาก

ผลการวิจัยและพัฒนา

7. ปรับปรุงการเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีแนวโน้มว่าจะเติบโตสูง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ข) ทำการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ในได้หวั่น พบว่า ส่วนใหญ่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) มีแนวโน้มเติบโตสูงจะอยู่ทางตอนกลางของไทเป โดยมีสัดส่วนในภาคการผลิตสูงกว่าภาคบริการ และมีปัจจัยหลักที่สำคัญในการเติบโตคือปัจจัยด้านนวัตกรรม และยังมีผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) เหล่านี้ ยังต้องการการสนับสนุนจากรัฐในด้านการพัฒนาสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

และเมื่อพิจารณาผลการศึกษาทั้งหมดข้างต้น สามารถนำมาจัดกลุ่มคุณลักษณะหรือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth Firms) ได้ดังตารางที่ 2-2

ตารางที่ 2-2 คุณลักษณะหรือปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
ระดับสภาพแวดล้อม/ ระดับมหภาค			
1	นโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/สนับสนุนการเติบโต	การกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุน (OECD, 1998; Stam et al., 2007; OECD, 2009 a; Zhou, & Wit, 2009; Nkonoki, 2010)	<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายส่งเสริมการเติบโตของ SMEs - นโยบายในการสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโต - นโยบายด้านการคลัง (Fiscal policy) - การสร้างวัฒนธรรมการประกอบการ
		กระบวนการด้านการค้าระหว่างประเทศ (OECD, 1998; Dan & Anthony, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - นโยบายกระตุ้นให้วิสาหกิจเติบโตและขยายไปสู่การตลาดในระดับสากล - กระบวนการด้านการค้าระหว่างประเทศ - ปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน - มีมาตรฐานด้านเทคนิคที่แตกต่างกัน (Different technical standards)

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
ระดับสภาพแวดล้อม/ ระดับมหภาค			
		กฎระเบียบ ระบบราชการ กฎหมาย (OECD, 1998; วิทยากร เชียงกุล, 2549; ศิริวรรณ มนอัคระผดุง, 2555; จารุวรรณ สุขุมาล พงษ์, 2556)	- การลดขั้นตอนของระบบ ราชการ - การกำหนดอัตราภาษีและเงิน สนับสนุนด้านต่าง ๆ - ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน และความโปร่งใสในระบบ ราชการ
		การสร้างความเป็นธรรม ในการแข่งขัน (OECD, 1998; Nkonoki, 2010; Amat et al., 2013)	- การเพิ่มโอกาสและลด อุปสรรคในการแข่งขัน - การจัดการด้านคุณภาพทั้ง องค์กร (TQM) และ/ หรือ ระบบมาตรฐานต่าง ๆ - การลดการกีดกันจากการ วิสาหกิจขนาดใหญ่ - การเข้าถึงเทคโนโลยี (Access to existing technologies)
		นโยบายด้านนวัตกรรม และการวิจัยและพัฒนา (OECD, 2009 a)	- นโยบายด้านนวัตกรรม - นโยบายการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนา
		อุปสรรคในกระบวนการ พัฒนาผลจากการวิจัยและ พัฒนา (Osawa & Miyazaki, 2006)	- การนำผลการวิจัยและพัฒนา ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
ระดับกลาง			
2	เครือข่ายและคลัสเตอร์ อุตสาหกรรม	คลัสเตอร์อุตสาหกรรม (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, ม.ป.ป.)	- การสร้างความร่วมมือบน พื้นฐานของการแข่งขัน (Competition) - มีการวางแผน กำหนดทิศทาง เป้าหมาย และกลยุทธ์ใน การพัฒนาร่วมกัน
		การสนับสนุนในการสร้าง เครือข่าย, การรวมกลุ่ม เครือข่ายและการเข้าถึง เครือข่าย (Sheppard, 2010; Laperche & Liu, 2013; Wennberg, 2013)	- มีการกำหนดนโยบาย สนับสนุนให้มีการสร้าง เครือข่ายด้านต่าง ๆ เช่น - เครือข่ายนวัตกรรม - เครือข่ายทางธุรกิจ - เครือข่ายทางการเงิน - การสร้างความสามารถใน การเข้าถึงเครือข่าย (Network competence)
		ความร่วมมือระหว่าง วิสาหกิจและสถาบัน การศึกษาต่าง ๆ (Laperche & Liu, 2013)	- มีความร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ
ระดับองค์กร			
3	กลยุทธ์องค์กร	การกำหนดกลยุทธ์ด้าน ต่าง ๆ ขององค์กร (Gibcus, 2006; Zhou & Wit, 2009; Nkonoki, 2010; Bos & Stam, 2011; Croitoru, 2012; Tuan, 2012)	- กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่า - กลยุทธ์เฉพาะขององค์กร - กลยุทธ์การใส่ใจลูกค้า - การนำทฤษฎีการทำลายอย่าง สร้างสรรค์ของ Schumpeter มาใช้ - กลยุทธ์การนำเสนอสินค้า ใหม่เข้าตลาด

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
		การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินธุรกิจ (OECD, 2010)	- การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการทางการตลาดเป็นลายลักษณ์อักษร
		กระบวนการบริหารจัดการ (Management processes) (OECD, 2010; Lockett et al., 2013)	- มีกระบวนการบริหารจัดการที่สนับสนุนให้เกิดการเติบโต - การจัดการความเสี่ยงขององค์กร
		การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา (Gibcus, 2006; OECD, 2010)	- สินค้าและบริการไม่ได้เกิดจากการลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง - ไม่เปิดโอกาสให้คู่แข่งลอกเลียนแบบได้
ระดับองค์กร			
4	การตลาดและการตลาดในระดับสากล	การเข้าสู่ตลาดในระดับสากล (OECD, 2009 b; Amat et al., 2013; Lockett et al., 2013)	- มีการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalization)
		การส่งออก (Daszkiewicz & Wach, 2012)	- ความสามารถในการส่งออก - การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศใหม่ๆ - การทำธุรกิจร่วมกับชาวต่างชาติ

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
		การดำเนินการด้าน การตลาด (Gibcus et al., 2006; Sheppard, 2010; Wennberg, 2013)	- การตอบสนองทางการตลาด (Responsive market orientation) - การดำเนินการตลาดเชิงรุก (Proactive market orientation) - การเป็นผู้นำในตลาด (Market power) - ความแรงในการเข้าสู่ตลาด เกิดใหม่ - กลุ่มลูกค้า Niche market/ มี ตลาดเฉพาะสินค้า
ระดับองค์กร			
5	คุณลักษณะการบริหาร จัดการองค์กร	การควบคุมการใช้ ทรัพยากร (Gibcus, 2006; OECD, 1997, 2009 a; Theriou et al., 2009)	- มีทรัพยากรหรือความรู้ ความสามารถเด่นขององค์กร - มีทรัพยากรที่โดดเด่นและ หายาก - มีทรัพยากรที่เอื้อต่อการ แข่งขันและการพัฒนาขีด ความสามารถขององค์กร
		ทรัพยากรขององค์กร (Barber et al., 1989; Terpstra & Olson, 1993; OECD, 1997, 1998, 2009 a; Gibcus et al., 2006; Zhou & Wit, 2009)	- การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภายในองค์กร, รูปแบบการจัด โครงสร้างองค์กร และการให้ ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ ในองค์กร

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
			<ul style="list-style-type: none"> - การมีทรัพยากรเฉพาะขององค์กร (Firm specific resources) ได้แก่ ทรัพยากรด้านนวัตกรรม, ทรัพยากรมนุษย์, ทรัพยากรด้านการเงิน เป็นต้น - การเข้าถึงตลาดแรงงานภายนอก และความยากลำบากในการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับวิสาหกิจ - การฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน และผู้บริหาร - โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร
ระดับองค์กร			
		<p>ทักษะและความรู้ทางด้านเทคนิค, องค์ความรู้ขององค์กร (Almus, 2002; Theriou et al., 2009; OECD, 2009 a; MadadiJani, 2011)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - นำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิต รวมถึงมีการใช้ฐานความรู้ประกอบการให้บริการ - การประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อประโยชน์ในการผลิตสินค้าและบริการ - ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) เช่น ความรู้ด้านเทคโนโลยี, ความรู้เกี่ยวกับการตลาดเฉพาะ (Market-specific knowledge), ความรู้ด้านการตลาดในระดับสากล เป็นต้น

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
6	นวัตกรรมองค์กร	กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (OECD,1997; Osawa & Miyazaki, 2006; Nkonoki, 2010; Sheppard, 2010; Baumane, 2013; Lockett et al., 2013; Gupta et al., 2013; Wennberg, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - มีกลยุทธ์องค์กรในการสร้างนวัตกรรม - การบรรลุเป้าหมายด้านเทคโนโลยี - มีการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า - มีผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมขององค์กร ได้แก่ มีนวัตกรรมใหม่ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด มีสิทธิบัตรด้านนวัตกรรมขององค์กร มีการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ เป็นต้น
ระดับองค์กร			
		โครงสร้างและการบริหารองค์กรด้านนวัตกรรม (Nkonoki, 2010; Sheppard, 2010; Baumane, 2013; Amat et al., 2013; Dan & Anthony, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - มีหน่วยงานหรือโครงการในการวิจัยและพัฒนา - มีงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนา - มีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนา

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
7	คุณลักษณะขององค์กร	อายุของวิสาหกิจ (Nkonoki, 2010)	- อายุของวิสาหกิจ
		ขนาดของวิสาหกิจ (Nkonoki, 2010)	- ขนาดของวิสาหกิจ - จำนวนสาขา
		รูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Nkonoki, 2010)	- การเลือกรูปแบบการดำเนิน ธุรกิจ (ตามกฎหมาย) - รูปแบบความเป็นเจ้าของ
ระดับผู้ประกอบการ			
8	คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหาร	ลักษณะของการ ประกอบการ (OECD, 2009 a; Sheppard, 2010)	- ความใส่ใจในการเกิด นวัตกรรม (Innovativeness) - การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking propensity) - การดำเนินการเชิงรุก (Proactiveness) - ความเป็นอิสระ (Autonomy) ในการบริหารจัดการ - ความสามารถในการแข่งขัน อย่างรุนแรง (Competitive aggressive) - มีรูปแบบการบริหารงานที่ ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของ องค์กร

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
ระดับผู้ประกอบการ			
		ขีดความสามารถในการบริหารจัดการ (OECD, 1997, 2010; Gibcus et al., 2006; Zhou & Wit, 2009; Nkonoki, 2010; Wennberg, 2013)	<ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน และความรู้ความสามารถขององค์กร - ขีดความสามารถในการยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ขององค์กร (Dynamic capability) - ขีดความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาดหรือเทคโนโลยี - การพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์และความสามารถในการบริหารจัดการ - การฝึกอบรม และการพัฒนาพนักงานที่เป็นคีย์หลักขององค์กร

ตารางที่ 2-2 (ต่อ)

ลำดับ	คุณลักษณะ/ ปัจจัย	ประเด็น/ เรื่อง/ ด้าน	ตัวแปร
		คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ (Gibcus et al., 2006; Stam et al., 2007; Zhou & Wit, 2009; Nkonoki, 2010; Daszkiewicz & Wach, 2012; Wennberg, 2013)	- คุณสมบัติส่วนบุคคลและ พื้นฐานส่วนบุคคลของ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร ได้แก่จำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ ระดับการศึกษาประวัติ การจ้างงาน พื้นฐานครอบครัว เพศ ระดับในสังคม ทักษะ เฉพาะทาง เป็นต้น - ความต้องการบรรลุเป้าหมาย (Need for achievement) และ ความเชื่อมั่นต่อผลของ การกระทำของตน (Locus of control)
ระดับผู้ประกอบการ			
		ทักษะและความรู้ทาง ธุรกิจ (OECD, 2009 a; 2010; Dan & Anthony, 2013)	- ระบบที่เลี้ยงและระบบ การสอนงาน (Mentoring and coaching program) - ประสบการณ์ในการบริหาร จัดการ/ประสบการณ์ในสาขา ธุรกิจ/ ประสบการณ์ใน อุตสาหกรรม

จากตารางที่ 2-2 ข้างต้นสามารถสรุปคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) และปัจจัยที่ส่งเสริมและเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตสูงของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Factors influencing firms' growth) ได้เป็น 4 ระดับใหญ่ ๆ คือ

1. ระดับสภาพแวดล้อม/ ระดับมหภาค
2. ระดับกลาง

3. ระดับองค์กร

4. ระดับผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ตามตารางที่ 2-2 ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าปัจจัยเหล่านี้ เป็นปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเติบโตของวิสาหกิจเพื่อให้เป็นวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms)

การศึกษาเปรียบเทียบแนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ของประเทศต่าง ๆ

จากการศึกษาพบว่า มีหลายประเทศทั่วโลก เริ่มมีการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) โดยจัดเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาอุตสาหกรรม แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือเป็นโครงการเฉพาะด้าน (Specific program) เพื่อแก้ไขปัญหาในระบบเศรษฐกิจ และการบริหารราชการอันเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตขององค์กรธุรกิจ ซึ่งได้แก่

EIM (2006) ทำการศึกษาถึงการดำเนินวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ในประเทศเนเธอร์แลนด์ พบว่าในส่วนของนโยบายทั่วไปสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs นั้น ภาครัฐจะมีบทบาทอย่างมาก ภาครัฐจะเป็นปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการประกอบการ กล่าวคือ มีบทบาทสำคัญในการช่วยเหลือให้วิสาหกิจเข้าถึงตลาดทุน (Capital market) เนื่องจากการประกอบการของวิสาหกิจเหล่านี้มีความสำคัญต่อประเทศเนเธอร์แลนด์อย่างยิ่ง ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศและการเป็นแหล่งของการจ้างงาน ในการกำหนดนโยบายของภาครัฐนั้นมีการออกแบบมาเพื่อกำจัดอุปสรรคในการประกอบการของวิสาหกิจโดยเริ่มต้นจากวัฒนธรรมในการประกอบการ ซึ่งอาจจะคล้ายคลึงกว่ามาตรฐานสากล และเพื่อแก้ไขปัญหาเหล่านี้จึงได้เกิดความร่วมมือกันระหว่างกระทรวง 2 แห่ง คือ The ministry of economic affairs และ The ministry of education, science and culture เพื่อให้เกิดกระบวนการศึกษาในการเกิดการประกอบการวิสาหกิจ และยังมีกำหนดโปรแกรมชื่อ The techno partner programme ซึ่งเป็นโปรแกรมที่ออกแบบมาเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการประกอบการให้ดีขึ้น เช่น ปรับปรุงการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความรู้ รวมถึงประสบการณ์และอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยการจัดตั้งฟอรัมในการตอบคำถาม และแลกเปลี่ยนความคิด โดยผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันการศึกษาและนักการค้ำนักลงทุน และยังจัดให้มี The capital-market package เพื่อให้การเริ่มต้นกิจการของวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High-growth companies) เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ตลอดจนสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมแรงงานโดยสถาบันอาชีวศึกษา เพื่อให้แรงงานมีคุณสมบัติที่เหมาะสมโดยผ่าน The

vocational education in action programme ทั้งนี้ อีกหนึ่งนโยบายสำคัญในการส่งเสริมการประกอบการของรัฐบาล ก็คือ การกำจัดอุปสรรคที่ไม่จำเป็น ซึ่งได้แก่ การตัดระเบียบปฏิบัติที่มากเกินไป และการลดอัตราค่าธรรมเนียมในการดำเนินการ เป็นต้น

สำหรับนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth companies นั้น เนื่องจากวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth companies มักต้องการแรงงานจำนวนมากและเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ รวมถึงพบว่าวิสาหกิจแต่ละสาขาจะมีปัญหาเฉพาะในแต่ละธุรกิจ เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว The ministry of economic affairs ได้กำหนดกิจกรรมในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth companies ขึ้นมาเฉพาะ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการสร้างจิตสำนึกการประกอบการ ด้านการเพิ่มขีดความสามารถของผู้บริหาร ด้านการปรับปรุงบริการสาธารณะผ่าน Enterprise zones และด้านการเงิน

ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า นโยบายในการสนับสนุนการประกอบการของ The ministry of economic affairs นั้น ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การกำจัดอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยในช่วงหลายปีมานี้ยังเน้นย้ำไปที่วิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth companies และยังคงมีการดำเนินการต่อไปในประเด็นต่อไปนี้ คือ

1. การปรับปรุงบรรยากาศการเป็นผู้ประกอบการ โดยการสร้างบรรยากาศในการกระตุ้นผู้ประกอบการ และกำจัดอุปสรรคในการเติบโต และยังพบว่าวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงนั้นมีโอกาสที่จะเป็นวิสาหกิจที่มั่งคั่ง ซึ่งประกอบธุรกิจในลักษณะครอบครัวแต่ได้รับการกระตุ้นให้ขับเคลื่อนไปเป็นวิสาหกิจที่อยู่ในระดับแนวหน้า

2. ความร่วมมือในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานความรู้ (Interaction with the knowledge infrastructure) เป็นความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งระหว่างสถาบันวิจัยและภาคเอกชน ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานความรู้สู่สาธารณะ ในการกำหนดนโยบายนั้นมุ่งเน้นไปที่โปรแกรมพิเศษ ในการเริ่มต้นของธุรกิจที่มีการใช้เทคโนโลยีสูงที่เรียกว่า Techno partner program ซึ่งเป็นโปรแกรมที่จัดให้มีขึ้นเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการในระบบการศึกษา

3. การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalisation) ในปัจจุบัน วิสาหกิจมีความสนใจในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น และการเข้าสู่ตลาดสากลโดยวิธีการที่เรียกว่า Born globals กำลังได้รับความสนใจอย่างยิ่ง วิสาหกิจในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจแห่งนวัตกรรมที่เพิ่งเริ่มต้นดำเนินการ และเข้าสู่ตลาดต่างประเทศในทันที ซึ่งหมายความว่าวิสาหกิจเหล่านี้มีกลยุทธ์ในการดำเนินการให้มีทักษะและความรู้ความสามารถที่จำเป็น นอกจากนี้ ยังเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่รัฐบาลให้ความสนใจอีกด้วย

4. การพัฒนาการบริการสาธารณะ (Quality of public services) ยกตัวอย่างเช่น การยกเลิกระเบียบข้อบังคับบางประการของเทศบาลหรือองค์กรส่วนท้องถิ่น รวมถึงการสร้างเครือข่ายของวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง และการเป็นผู้ประสานงานระหว่างภาครัฐกับวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง

5. การเพิ่มขึ้นของการทำงานร่วมกัน (Increasing synergy) มันอาจจะดูคุ้มค่าที่จะส่งเสริมความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกัน

Stam et al. (2007) พบว่า ในการสนับสนุนวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms) ของประเทศเนเธอร์แลนด์นั้น มีการกำหนดเป็นนโยบายไว้ โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มจำนวนวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง และลดค่าธรรมเนียมในการดำเนินธุรกิจด้านต่าง ๆ โดยมีการกำหนดนโยบายส่งเสริมหลักในด้าน การสนับสนุนทางการเงิน การให้คำแนะนำในการดำเนินธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายการดำเนินธุรกิจสำหรับวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth firms)

Cunningham (2008) ได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้ว่านโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการกำหนดไว้ในหลาย ๆ ประเทศมักจะมีลักษณะเป็นนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยทั่วไป ซึ่งไม่ได้เน้นไปที่การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง และมักจะเน้นไปที่การส่งเสริมในด้านเทคโนโลยีหรือการให้ความรู้ โดยมีกฎเกณฑ์การไปพร้อมกันนโยบายในการส่งเสริมด้านนวัตกรรม

European Commission (2011) ทำการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs ในสหภาพยุโรป ผลการศึกษาพบปัญหา ดังนี้

1. มีการให้ความสนใจต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs เพิ่มมากขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นแหล่งการสร้างงานใหม่ ๆ

2. มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs ในยุโรปไม่มากนัก

3. การศึกษาการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs นอกพื้นที่ยุโรป พบว่า ประเทศเกาหลีใต้และสิงคโปร์ มีการกำหนดนโยบายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs ประเทศอิสราเอลมีการวางแผนจะกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs ในประเทศแคนาดาจะมีการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ผ่าน โปรแกรมการวิจัยและพัฒนาและการเพิ่มขึ้นของธุรกิจเงินร่วมลงทุน (Venture Capital หรือ VC)

4. ขาดการศึกษาซึ่งประเมินผลว่ามีกิจกรรมใดบ้างที่สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5. การให้การสนับสนุนข้อเสนอแนะที่เป็นไปได้สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือ High growth SMEs อย่างเป็นระบบ ซึ่งรวมถึงการสร้างเครือข่ายการสอนงาน การปรับปรุงการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการให้คำปรึกษาในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

6. การเตรียมความพร้อมตั้งแต่ปัจจัยพื้นฐานเพื่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs รวมถึงการให้สิทธิประโยชน์กับวิสาหกิจที่ต้องการเติบโตมากกว่าต้องการอยู่อย่างเล็ก ๆ

European Committee (2011) ได้สรุปกรณีศึกษาเกี่ยวกับนโยบายที่ให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ในพื้นที่นอกยุโรป โดยได้ทำการคัดเลือกประเทศ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากประเทศเหล่านี้มักจะถูกมองว่าเป็นคู่แข่งทางการค้าของประเทศในยุโรป นอกจากนี้ European Committee (2011) ได้ศึกษานโยบายให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ในประเทศแคนาดา และประเทศอิสราเอล เพิ่มเติมด้วย สามารถสรุปได้ดังนี้

ประเทศเกาหลีใต้ มีการกำหนดนโยบายเพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เกิดการแข่งขัน และหลีกเลี่ยงการป้องกันวิสาหกิจที่มีความอ่อนแอ มีความพยายามที่จะสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เดิม ๆ ให้เปลี่ยนสภาพเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) มีการกำหนดนโยบายใหม่โดยมุ่งเน้นไปที่ “Inno-biz” และ “Global stars” programmes. แต่ยังคงพบว่านโยบายของประเทศเกาหลีใต้นี้ยังถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

ประเทศสิงคโปร์นั้น รัฐบาลมีความพยายามที่จะค้นหาเพื่อแบ่งแยกวิสาหกิจในกลุ่มที่มีการเติบโตสูง (High growth) ออกจากกลุ่มอื่น ๆ โดยมีหน่วยงาน 2 แห่ง เป็นหน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ Spring ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจท้องถิ่นในรูปแบบของกองทุนและการพัฒนาการบริหารจัดการ รวมถึงความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรม ตลอดจนการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalisation) อีกหน่วยงานหนึ่งคือ Get-up ซึ่งจะให้การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว แต่ก็ยังไม่มีการประเมินผลที่สามารถยืนยันผลที่เกิดจากนโยบายดังกล่าวว่าเป็นอย่างไร

ประเทศญี่ปุ่น ไม่มีการกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นไปที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) แต่ในปี ค.ศ. 2009 ได้มีการกำหนดนโยบาย โดยมอง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ว่าเป็นตัวจักรในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ และได้มีการจัดการประชุมเพื่อแบ่งแยกความหลากหลายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยมีการกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องของการแบ่งคลัสเตอร์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตามความหลากหลาย โดยมุ่งเน้นไปที่การให้การสนับสนุนการแบ่งคลัสเตอร์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตามท้องถิ่น ได้แก่ การสนับสนุนความเชื่อมโยงระหว่างภาคการผลิตและมหาวิทยาลัยในภูมิภาค เป็นต้น

ประเทศแคนาดา และสหรัฐอเมริกา ไม่มีการกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นไปที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) แต่มีข้อมูลว่าวิสาหกิจที่ได้รับการสนับสนุนจากบริษัทร่วมทุน (Venture Capital หรือ VC) จะมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่า นอกจากนี้ในสหรัฐอเมริกามีโปรแกรม ชื่อ SBIR program ซึ่งเป็นโปรแกรมที่จัดให้มีเงิน เพื่อให้การสนับสนุน SMEs โดยประสานงานร่วมกับหน่วยงานวิจัยขนาดใหญ่ของรัฐบาล และพบว่าวิสาหกิจในประเทศแคนาดาและสหรัฐอเมริกามีอยู่ประมาณร้อยละ 4-6 ที่เป็นวิสาหกิจในกลุ่มกวางแกเซล และเมื่อวิสาหกิจเข้าร่วมกับบริษัทร่วมทุน (Venture Capital หรือ VC) ทำให้อัตราการเพิ่มขึ้นของวิสาหกิจในกลุ่มกวางแกเซลเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12 และเมื่อผนวกกับการเข้าร่วมโปรแกรมความช่วยเหลือด้านวิจัยและพัฒนาของภาครัฐอัตราการเพิ่มขึ้นของวิสาหกิจในกลุ่มกวางแกเซลนี้เพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 20

ประเทศอิสราเอล มีหน่วยงานหลักในการสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ Office of the chief scientist in the ministry of industry, trade and labour (OSC) แต่ไม่มีการกำหนดนโยบายที่มุ่งเน้นไปที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) แต่ได้มีการกำหนดโปรแกรมขึ้นมาใหม่ คือ The relative advantageous ซึ่งจะช่วยสนับสนุนในการบริหารจัดการห่วงโซ่มูลค่าของวิสาหกิจที่มีการเติบโตอย่างเข้มแข็ง

Morgan (2012) ทำการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศแอฟริกาใต้ พบว่าอย่างน้อยร้อยละ 25 ของประชากร ประสบปัญหาการว่างงาน และกว่าร้อยละ 50 อยู่ในภาวะล้มเลิกการทำงานทำ ในขณะที่เดียวกับที่ภาวะการประกอบกิจการของวิสาหกิจก็ต่ำเช่นเดียวกัน วิสาหกิจในประเทศแอฟริกาส่วนใหญ่และเป็นวิสาหกิจขนาดเล็กหรือเล็กมาก ๆ (Micro or very small) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นวิสาหกิจประเภทเพื่อการดำรงชีวิตหรือธุรกิจเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งไม่ประสบความสำเร็จในการเติบโต วิสาหกิจส่วนใหญ่จะประสบปัญหาทางด้านเข้าถึงแหล่งเงินทุน, การเข้าสู่ตลาด, ทักษะความชำนาญ และเครือข่ายการทำธุรกิจ ซึ่งภาครัฐเองเล็งเห็นว่าควรมีการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเหล่านี้ โดยจัดให้มี

องค์กรพัฒนาธุรกิจ (Business Development Support หรือ BDS) ซึ่งจะเป็นองค์กรที่ช่วยแก้ปัญหาที่ขัดขวางการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

Lilischkis (2013) กล่าวไว้ว่า ประเทศในยุโรปที่พบว่ามีการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) นั้น ได้แก่ ประเทศเดนมาร์ก (The former gazelle growth programme and the current accelerace), ประเทศฟินแลนด์ (TEKES Funding for growth-oriented SMEs, finnish growth company service, vigo) และนอร์เวย์ (Incubator grant, seed capital scheme, nyvekst) นอกจากนี้ ยังรวมถึงประเทศเอสโตเนีย (Estonian development fund), ประเทศฝรั่งเศส (Gazelles programme, france gazelles fund), ประเทศไอร์แลนด์ (High tech startup programme), ประเทศเนเธอร์แลนด์ (Growth accelerator “groeiversneller”) และประเทศสเปน (Neotec fund) และยังพบการกำหนดนโยบายดังกล่าวในประเทศออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา จีน สิงคโปร์ และเกาหลีใต้ อีกด้วย โดย Lilischkis (2013) ได้สรุปไว้พอสังเขป คือ

ในประเทศเดนมาร์ก มีการดำเนินการตามโปรแกรมชื่อ Accelerace ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สนับสนุนโดยสหภาพยุโรป มีวัตถุประสงค์หลักในการสนับสนุนวิสาหกิจให้เกิดการเติบโตสูงในตลาดโลก เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน Accelerace เป็นโปรแกรมที่ช่วยผู้ประกอบการที่มีความสามารถและแนวโน้มที่จะเติบโตในการนำเสนอสินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ดำเนินโปรแกรมโดยการให้ความรู้, จัดหาเครื่องมือ และการเข้าถึงเครือข่ายของลูกค้า คู่ค้า และนักลงทุน ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจสามารถทำการค้ากับนวัตกรรมของตน และเติบโตในระดับสากล โปรแกรมนี้ให้การสนับสนุนวิสาหกิจที่เพิ่งเริ่มต้นดำเนินกิจการและเติบโตมากกว่า 100 แห่ง

ส่วนในประเทศฟินแลนด์นั้น Lilischkis (2013) สรุปไว้ว่ามีการดำเนินการในหลากหลายโปรแกรมเพื่อกระตุ้นให้วิสาหกิจมีการเติบโตสูง แต่โปรแกรมที่มีความโดดเด่นที่สุด ก็คงจะหนีไม่พ้น VIGO Programme ที่นำเสนอโดย Tekes and vera venture ซึ่งเป็นบริษัทร่วมลงทุน (Venture capital investment) โปรแกรมนี้เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี ค.ศ. 2009 โดย The ministry of employment and the economy ร่วมกับ กองทุน R&D&I ที่สำคัญ ๆ ของประเทศ VIGO ทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างวิสาหกิจที่มีแนวโน้มที่จะมีการเติบโตสูงกับกองทุนร่วมลงทุนสากล อย่างไรก็ตามพบว่า ประเทศฟินแลนด์มีการให้สิทธิประโยชน์กับนักลงทุนต่างชาติโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กล่าวคือ มีนโยบายให้เงินอุดหนุนการลงทุนแก่บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก บริษัทที่มีลูกจ้างน้อยกว่า 250 คน บริษัทที่มีผลประกอบการประจำปีน้อยกว่า 40 ล้านยูโร หรือมีสินทรัพย์รวมน้อยกว่า 27 ล้านยูโรบัญชี และบริษัทขนาดเล็กอาจได้รับทุนเงินอุดหนุนใน

ปีแรกถึงร้อยละ 45 ของค่าใช้จ่ายการประกอบกิจการทั้งหมด นอกจากนี้ การเข้ามาประกอบธุรกิจในฟินแลนด์จะทำให้ได้การอนุญาตให้มีถิ่นพำนัก (Resident permit) ซึ่งทำให้สามารถตั้งรากฐานในประเทศฟินแลนด์ได้ (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเฮลซิงกิ, ม.ป.ป.)

และสำหรับในประเทศเนเธอร์แลนด์ Lilischkis (2013) พบว่า มีโปรแกรมที่ชื่อว่า The growth accelerator (“groeiversneller”) programme ในการให้การสนับสนุนวิสาหกิจที่มีแนวโน้มว่าจะเติบโต โดยจะเป็นโปรแกรมที่ช่วยในการติดต่อประสานงานระหว่างวิสาหกิจที่เข้าร่วมกับเครือข่ายวิสาหกิจและผู้ให้เงินลงทุน โปรแกรม Groeiversneller เริ่มต้นดำเนินการโดย Dutch ministry of economic affairs และ innovation platform ทั้งนี้ ในการดำเนินโปรแกรมนี้ดำเนินการร่วมกันระหว่าง Price waterhouse coopers, the growth platform, de baak management centre vno-cnw, philips applied technologies และ AKD Prinsen van wijmen.

นอกจากนี้ Lilischkis (2013) ยังได้ให้ข้อสรุปโดยอ้างอิงข้อมูลจากรายงานของ OECD ซึ่งสรุปอ้างอิงข้อมูลจาก Autio (2007) และ OECD (2010) โดยพบว่าในการที่จะให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ให้มีการเติบโตที่สูงขึ้นนั้น ภาครัฐจะต้องมีการดำเนินการในด้านต่อไปนี้ คือ

1. การปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ
2. การกระตุ้นหรือโน้มน้าวทัศนคติของผู้ประกอบการ
3. การสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมวิสาหกิจที่เกิดขึ้นใหม่หรือวิสาหกิจขนาดเล็ก
4. การปรับปรุงการเข้าถึงแหล่งการเงิน และ
5. การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (Internationalisation)

ทั้งนี้ OECD พบว่า นโยบายส่งเสริมการเติบโตของ SMEs โดยส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะมุ่งเน้นไปที่การวิจัยและพัฒนา (R&D) และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยละเอียดในเรื่องการพัฒนาทักษะและการสร้างแรงจูงใจในการเติบโต

และจากผลการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก) พบว่ามีข้อมูลที่น่าสนใจเกี่ยวกับการส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้แก่ การส่งเสริมการเติบโตของของประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีการประกาศใช้แผนแม่บทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ค.ศ. 2012-2020 (SME Master plan 2012-2020) ซึ่งเป็นแผนแม่บทที่มีการปรับเปลี่ยนแนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใหม่ โดยปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เน้นให้เกิดการพัฒนาประสิทธิภาพผลแรงงาน และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่อยู่นอกระบบ (Informal economy) ให้เข้ามาอยู่ใน

ระบบมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ประเทศมาเลเซียให้ความสำคัญกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ภาคการบริการเป็นสำคัญ โดยมีแนวทางในการดำเนินการหลัก 6 ประการ ได้แก่ การส่งเสริมด้านนวัตกรรม และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี (Innovation and technology adoption) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human capital development) และพัฒนาศักยภาพของ เจ้าของกิจการในกลุ่ม SMEs การเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Access to finance) การเข้าถึงตลาด (Market access) การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางด้านกฎหมายและกฎระเบียบให้มีความเหมาะสมต่อการเติบโต รวมถึงปกป้องประโยชน์ต่อสังคม รวมถึงการจัดให้มีระบบสาธารณูปโภค (Infrastructure) ที่จำเป็น

รวมถึงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศเยอรมันให้เกิดการเติบโต โดยมีกรณีเริ่มโครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีการเติบโตสูงโดยรัฐบาลกลาง เน้นการส่งเสริมนวัตกรรมและการพัฒนาทางเทคโนโลยี โดยมีโครงการสำคัญคือ The High-Tech Gründerfonds (HTGF) ซึ่งเริ่มดำเนินการในปี ค.ศ. 2005 ซึ่งโครงการ HTGF นี้ เป็นโครงการซึ่งเป็นการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เป็นโครงการเพื่อให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่วิสาหกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดย่อม (Small enterprises) ที่ประสบภาวะด้านความเสี่ยงอันเกิดจากเทคโนโลยี (technological risk) หรือความเสี่ยงด้านการตลาด (Market related risk) จากนวัตกรรม ทั้งนี้ โครงการ HTGF นี้ เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และยุทธศาสตร์ด้านนวัตกรรมของรัฐบาล โดยจะทำการจัดหา และรวบรวมแหล่งเพื่อการลงทุนในระยะแรก (Seed financing or “early-stage” financing) จากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ ในประเทศ ทั้งนี้ จะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีให้สามารถก่อตั้งและดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ข) ทำการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ในได้หวั่น พบว่า มีนโยบายการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านต่อไปนี้

1. ด้านการเงิน ได้แก่ การจัดตั้งกองทุนเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจ (National development fund) รวมถึงการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อการเริ่มต้นธุรกิจและการประกันเงินกู้รวมถึงการระดมทุนในตลาดทุน GISA (Go Incubation Board for Startup and Acceleration)

2. ด้านนวัตกรรมและการพัฒนาสู่เชิงพาณิชย์ โดยการพัฒนาจากสิทธิบัตร (IP) สู่อการขายหุ้นมหาชน (IPO) (from IP to IPO) การตลาดและห่วงโซ่อุปทานสำหรับ SME และการสร้างผู้ประกอบการ SME จากมหาวิทยาลัย

3. ด้านการเริ่มต้นธุรกิจและการพัฒนาธุรกิจ โดยการจัดตั้งศูนย์พัฒนานวัตกรรม SME และเครือข่ายศูนย์พัฒนาผู้ประกอบการเริ่มต้นธุรกิจ

ปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจได้แก่ การปรับอัตราภาษีให้เหมาะสมสำหรับ SME การประสาน และปรับปรุงกฎระเบียบต่าง ๆ

ตารางที่ 2-3 เปรียบเทียบแนวทางในการส่งเสริม High growth SMEs ในประเทศต่าง ๆ

ประเทศ	เปรียบเทียบแนวทางการส่งเสริม High growth SMEs ในประเทศต่าง ๆ																								
	การส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐ			การวิจัยและพัฒนา				การเงิน					การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ		การรวมกลุ่มอุตสาหกรรม		อื่น ๆ								
	การกำหนดนโยบาย/ การออกกฎหมาย/ การกำหนดระเบียบเพื่อส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ให้มีการเติบโต	โครงการส่งเสริมการค้าเสรี/ การส่งเสริมร่วมสนับสนุนให้มีการเติบโต	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการสาธารณะต่างๆ	การคัดลอกุญแจที่เป็นเจ้าของ/ การลดอัตราภาษีและค่าธรรมเนียม	การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน	การส่งเสริมการค้าขายอิเล็กทรอนิกส์/ ผู้ประกอบการ	การส่งเสริมการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์/ การวิจัยและพัฒนา	การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และการนำไปใช้สถานที่เพื่อการวิจัยและพัฒนา	การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม	การบริหารจัดการตลาดทุน	การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการเติบโตของธุรกิจ	Early seed capital	Angel investor	Venture capital	การจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา	สินเชื่อที่ใช้ประโยชน์จากการวิจัยและนวัตกรรม	สินเชื่อเพื่อส่งเสริมการค้าขายตลาดไปต่างประเทศ	กลไกภาครัฐ	การฟื้นฟูรูปแบบของกำลังการค้าในต่างประเทศ	การส่งเสริมการค้าในตลาดต่างประเทศ	การใช้ประโยชน์จาก FTA	Global value network	คลัสเตอร์/ กรือข่าย	การกำหนดแหล่งรวมระหว่างศูนย์วิจัยและพัฒนา, สถาบันการศึกษา และบริษัท	
ประเทศเดนมาร์ก		X																				X			
ประเทศฟินแลนด์							X				X	X	X		X						X				
ประเทศเนเธอร์แลนด์		X	X	X						X			X						X					X	X

ตารางที่ 2-3 (ต่อ)

ประเทศ	เปรียบเทียบแนวทางการส่งเสริม High growth SMEs ในประเทศต่าง ๆ																						
	การส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐ		การวิจัยและพัฒนา				การเงิน					การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ		การรวมกลุ่มอุตสาหกรรม		อื่น ๆ							
	การกำหนดนโยบาย/ การออกกฎหมาย/ การกำหนดกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ให้มีการเติบโต	โครงการที่ส่งเสริมการเติบโต/ การมีองค์กรสนับสนุนให้มีการเติบโต	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการสาธารณะต่างๆ	การคัดลอกุ๊เบื้อบที่ไม่ง่าเป็น/ การลดอัตราภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ	การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน	การส่งเสริมการถ่ายโอนเทคโนโลยีจากภาครัฐสู่ภาคเอกชน	การส่งเสริมการใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาและการวิจัยและพัฒนา	การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และการแบ่งปันสถานที่เพื่อการวิจัยและพัฒนา	การบริการจัดการตลาดทุน	การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการเติบโตของธุรกิจ	Early seed capital	Angel investor	Venture capital	การจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา	สินเชื่อที่เชื่อมโยงจากการวิจัยและนวัตกรรม	สินเชื่อเพื่อส่งเสริมการขายตลาดไปต่างประเทศ	คลังภาครัฐ	การที่ผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนในประเทศ	การส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	การใช้ประโยชน์จาก FTA	Global value network	คลัสเตอร์/ กระจุกตัว	การที่งานร่วมกันระหว่างศูนย์วิจัยและพัฒนา, สถาบันการศึกษาและภาครัฐ
ประเทศเยอรมัน				X		X			X			X									X		
ประเทศแคนาดา												X											
ประเทศสหรัฐอเมริกา						X	X					X											

ตารางที่ 2-3 (ต่อ)

ประเทศ	เปรียบเทียบแนวทางการส่งเสริม High growth SMEs ในประเทศต่าง ๆ																							
	การส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐ			การวิจัยและพัฒนา				การเงิน						การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ			การรวมกลุ่มอุตสาหกรรม		อื่น ๆ					
	การกำหนดนโยบาย/ การออกกฎหมาย/ การกำหนดกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ให้มีการเติบโต	โครงการเพื่อส่งเสริมการค้าเติบโต/ การมีองค์กรช่วยสนับสนุนให้มีการเติบโต	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการสาธารณะต่างๆ	การตั้งกฎระเบียบที่เข้มงวด/ การลดอัตราภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ	การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน	การส่งเสริมการค้าออนไลน์/ ฝึกอบรมผู้ประกอบการ	การส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี/ การวิจัยและพัฒนา	การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และการแบ่งปันข้อมูลการวิจัยและพัฒนา	การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม	การบริหารจัดการตลาดทุน	การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการเติบโตของธุรกิจ	Early seed capital	Angel investor	Venture capital	การจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา	สินเชื่อที่เชื่อมโยงจากการวิจัยและนวัตกรรม	สินเชื่อเพื่อส่งเสริมการขายตลาดไปต่างประเทศ	กลไกภาครัฐ	การที่ผู้ประกอบการดำเนินการค้าในประเทศ	การส่งเสริมการค้าในตลาดต่างประเทศ	การใช้ประโยชน์จาก FTA	Global value network	คลัสเตอร์/ เครือข่าย	การเข้าร่วมกับระหว่างศูนย์วิจัยและพัฒนา, สถาบันการศึกษาและองค์กร
ประเทศเกาหลีใต้				X				X	X	X														X (Knowledge economy)
ประเทศสิงคโปร์								X	X															
ญี่ปุ่น	X		X		X							X	X											X

ตารางที่ 2-3 (ต่อ)

ประเทศ	เปรียบเทียบแนวทางการส่งเสริม High growth SMEs ในประเทศต่าง ๆ																							
	การส่งเสริมสนับสนุนจากรัฐ		การวิจัยและพัฒนา			การเงิน					การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ		การรวมกลุ่มอุตสาหกรรม		อื่น ๆ									
	การกำหนดนโยบาย/ การออกกฎหมาย/ การกำหนดกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ให้มีการเติบโต	โครงการเพื่อส่งเสริมการค้าเติบโต/ การมีองค์กรสนับสนุนให้มีการเติบโต	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการสาธารณะต่างๆ	การคัดลอกเลียนแบบที่ไม่จำเป็น/ การลดอัตราภาษีและค่าธรรมเนียมต่างๆ	การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นพื้นฐาน	การส่งเสริมการค้าออนไลน์จากภาครัฐผู้ภาคเอกชน	การส่งเสริมการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จากการวิจัยและพัฒนา	การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา และการแบ่งปันข้อมูลเพื่อการวิจัยและพัฒนา	การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม	การบริหารจัดการตลาดทุน	การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการเติบโตของธุรกิจ	Early seed capital	Angel investor	Venture capital	การจัดการด้านทรัพย์สินทางปัญญา	สินเชื่อที่เข้าระยะนำกิจการวิจัยและนวัตกรรม	สินเชื่อเพื่อส่งเสริมการขายในตลาดไปต่างประเทศ	กลงภาครัฐ	การที่นำไปสู่รูปแบบของผู้นำการค้าในแต่ละประเทศ	การส่งเสริมการค้าในตลาดต่างประเทศ	การใช้ประโยชน์จาก FTA	Global value network	คลัสเตอร์/ เครือข่าย	การกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างศูนย์วิจัยและพัฒนา, สถาบันการศึกษาและเอกชน
ประเทศมาเลเซีย	X		X			X	X						X				X	X						

จากตารางที่ 2-3 พบว่า ในแต่ละประเทศที่ทำการศึกษาเปรียบเทียบนั้น มีแนวทางในการส่งเสริม High growth SMEs ที่แตกต่างกัน โดยมีแนวทางดำเนินการในการส่งเสริมด้านนวัตกรรม และการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาคือ แนวทางการส่งเสริมในการวิจัยและพัฒนา การรวมกลุ่มอุตสาหกรรม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการปรับปรุงบริการสาธารณะและกฎระเบียบภาครัฐ

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ยังพบว่า ในการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) เหล่านี้ มักจะมีพื้นฐานมาจากทฤษฎีที่หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น

1. ทฤษฎีความล้มเหลวของตลาด (Market failure theory)

กล่าวคือ ในการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) นั้น ภาครัฐจะดำเนินการจัดทำขึ้นมาก็ต่อเมื่อการแข่งขันอย่างเสรีในตลาด (Free market) ไม่อยู่ในสถานะที่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อระบบเศรษฐกิจได้ (INNO-Grips, 2011)

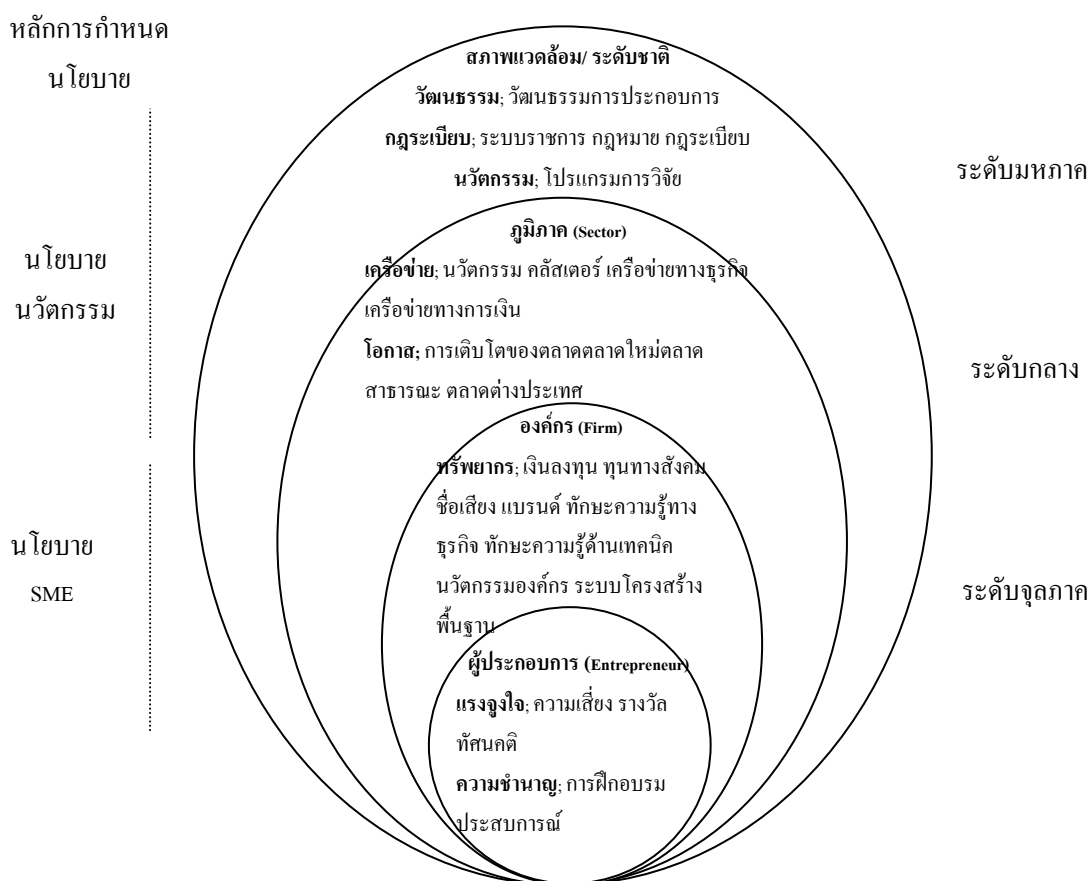
2. ทฤษฎีความล้มเหลวของรัฐ (State failure theory)

ซึ่งมักจะเกิดขึ้นเมื่อเกิดความล้มเหลวของนโยบายเศรษฐกิจของรัฐ ซึ่งเป็นผลจากปัญหาการกระจายทรัพยากรไปยังกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ (INNO-Grips, 2011)

อย่างไรก็ตาม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก) ได้นำเสนอไว้ว่า สืบเนื่องจากความแตกต่างของกลุ่มวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) และกลุ่มวิสาหกิจโดยทั่วไปในบางส่วนนั้น อาจก่อให้เกิดการขัดแย้งระหว่าง นโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบดั้งเดิม (Traditional SME policy) และนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SME policy) เนื่องจากนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบดั้งเดิมนั้น มักจะมุ่งเน้นในไปที่การเพิ่มจำนวนคนที่ต้องการเริ่มต้นประกอบธุรกิจ เช่น การเตรียมสภาพแวดล้อมให้มีความเหมาะสม และราบรื่น โดยการดำเนินการจะมีเป้าหมายในด้านปริมาณและความมั่นคงในการประกอบการซึ่งการกำหนดนโยบายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SME policy) นั้น มักจะดำเนินการในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจากมักมุ่งเน้นในด้านคุณภาพและประสิทธิภาพของการประกอบการมากกว่า

แนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ในระดับมหภาค (Macro) ระดับกลาง (Meso) และระดับจุลภาค (Micro)

OECD (2009 a) ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่าในการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้มีการเติบโตสูงนั้น จำเป็นต้องพิจารณาความเหมาะสมของสภาพแวดล้อมในระดับต่าง ๆ ทั้ง 3 ระดับ คือ ในระดับมหภาค ระดับเครือข่าย และระดับจุลภาคไปด้วยกัน รวมถึงในแต่ละประเทศก็อาจมีความเป็นไปได้ที่จะมีแนวทางการส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกัน โดยขอบเขตนโยบายที่เหมาะสมสำหรับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) นั้นควรจะแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ตามภาพที่ 2-6



ภาพที่ 2-6 ขอบเขตนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (OECD, 2009 a)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก) ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ไว้ เช่นเดียวด้วยแนวคิดของ OECD (2009 a) กล่าวคือ ในการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) นั้น มีความจำเป็นที่จะต้องมีความครอบคลุมและต่อเนื่อง โดยอาจแบ่งเป็น 3 ระดับ ตั้งแต่ระดับจุลภาค (Micro) ระดับเครือข่าย (Meso) จนถึงระดับมหภาค (Macro) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ก) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ระดับจุลภาค (Micro) นโยบายควรมีลักษณะเป็นนโยบายที่ออกแบบมาเพื่อการส่งเสริมผู้ประกอบการ รวมถึงการสร้างแรงจูงใจและทักษะความรู้ความสามารถในการประกอบการ โดยมุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการที่มีความพร้อม และศักยภาพในการสร้างการเติบโตให้กับองค์กรได้ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก) ได้สรุปไว้ว่า อาจดำเนินการ โดยการคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติที่กล่าวมาเพื่อพัฒนาให้เกิดการเติบโตต่อไป และควรมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีศักยภาพในการเติบโตสูง โดยการจัดหาทรัพยากรที่จำเป็น (เช่น เงินทุน ตราสินค้า ความเชี่ยวชาญทางธุรกิจ เทคโนโลยี นวัตกรรม และระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นแก่องค์กร) ในระดับราคาที่เหมาะสม

2. ระดับโครงสร้างและเครือข่าย (Meso) ซึ่งได้แก่ การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การเงิน การรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (คลัสเตอร์) ของการประกอบธุรกิจ และการเสริมสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจ

3. ระดับมหภาค (Macro) ซึ่งเป็นการกำหนดนโยบายเพื่อส่งเสริมการประกอบการในระดับภูมิภาค หรือระดับโลก ตัวอย่างเช่น การส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ การกำหนดกฎระเบียบหรือกฎหมายที่เอื้อต่อการสร้างการเติบโตของธุรกิจ การขจัดอุปสรรคที่เกิดจากกฎระเบียบหรือวิธีการปฏิบัติทางราชการรวมถึงการส่งเสริมให้มีการสร้างนวัตกรรม/ หรือ การวิจัยและพัฒนาในระดับประเทศ

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557 ก) ยังพบว่า มีแนวนโยบายอีกประการที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนานโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SME policy) ก็คือ นโยบายที่ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อม (Small enterprise promotion policy) มากจนเกินไป อันเป็นผลเนื่องมาจากการที่วิสาหกิจขนาดย่อมนี้เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญเชิงเศรษฐกิจและสังคมฐานรากของประเทศ แต่การให้ความสำคัญต่อแนวนโยบายดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความ

พยายามในการลดภาระด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ (Compliance) และการลดความยุ่งยากซับซ้อนของบริการภาครัฐ (Red tape) อาจทำให้ความสนใจเชิงนโยบายต่อการสร้างการเติบโตให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (High growth SMEs promotion policy) ลดน้อยถอยลงไป และทำให้ความสนใจเชิงนโยบายที่จำเป็นต่อการเติบโตของธุรกิจ SMEs เช่น การประสานนโยบายภาครัฐร่วมกับภาคเอกชน การพัฒนาโครงสร้างระบบการเงิน ระบบพาณิชย์กรรม และการถ่ายทอดการวิจัยและพัฒนาไม่ได้รับความสนใจในฐานะเป็นนโยบายทางเศรษฐกิจหลักของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ก)

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัญหาความขัดแย้งเชิงนโยบายที่สำคัญที่สุดระหว่างนโยบายส่งเสริม SMEs โดยทั่วไป และนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth entrepreneurship policy) ก็คือ ปัญหาการจัดการทรัพยากร ทั้งนี้ โดยทั่วไปแล้ว วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มักได้รับการจัดสรรทรัพยากรที่จำเป็นจากภาครัฐเพียงบางส่วน แต่ผลของความช่วยเหลือนี้กลับไม่ได้ทำให้เกิดประโยชน์กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากขึ้น และ/ หรืออาจจะไม่พอเพียงต่อการสร้างการเติบโตของกลุ่มธุรกิจ เนื่องจากโดยปกติแล้ววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีคุณสมบัติและศักยภาพในการเติบโตยังพบได้ไม่มากนัก และวิสาหกิจเหล่านี้ยังต้องการการส่งเสริมและสนับสนุนในเชิงลึกอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างให้การเติบโตที่เกิดขึ้นดำเนินไปอย่างเข้มแข็ง ดังนั้น ภาครัฐจึงควรมีการจัดสรรทรัพยากรเพื่อสร้างการเติบโตให้กับกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีความพร้อมในการเติบโตอย่างเหมาะสม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ก)

Research Evaluation and Analysis Branch (2013) ได้ให้ข้อเสนอแนะไว้ว่าในการกำหนดนโยบายเพื่อกระตุ้นให้วิสาหกิจมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว อาจจะทำให้มีความเสี่ยงของความสูญเปล่าด้วยเช่นกัน เนื่องจากนโยบายในการส่งเสริมการเติบโตสูงให้กับวิสาหกิจอาจจะไม่ใช่สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับวิสาหกิจบางแห่ง ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายควรมีความระมัดระวังเนื่องจากนโยบายในลักษณะนี้อาจก่อให้เกิดแรงกดดันต่อวิสาหกิจบางแห่งถึงความล้มเหลวในการดำเนินการตามนโยบายนี้ได้

Lilischkis (2013) ให้ข้อคิดเห็นไว้ว่าในการกำหนดนโยบายนั้น ผู้กำหนดนโยบายควรคำนึงถึงเรื่องการใช้ทรัพยากรที่หายากให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยการกำหนดนโยบายจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีความล้มเหลวของตลาด (Market failure theory) และทฤษฎีความล้มเหลวของรัฐ (State failure theory) ด้วย นอกจากนี้ ยังมีผลการศึกษาในยุโรป พบว่า เกิดความล้มเหลวในการประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High

growth SMEs) เช่นกัน ดังนั้น ผู้กำหนดนโยบายจึงควรพิจารณาในประเด็นเรื่องการกำหนด
การส่งเสริมสนับสนุนตั้งแต่พื้นฐานเพื่อให้วิสาหกิจสามารถเติบโตได้ด้วยตนเองเป็นหลัก
และจากการทบทวนวรรณกรรมทั้งหมดข้างต้น สามารถทำการสังเคราะห์ตัวแปรใน
การวิจัยครั้งนี้ ได้ดังตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2-4 การสังเคราะห์หัวแปร

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
	ผู้ที่อ้างอิงถึง							
1	Easton (1971)						X	
2	Anderson (1975)						X	
3	Dye (1978)						X	
4	ปรเมศวร์ กุมารบุญ (2550)				X			
5	ศุภชัย ขาวะประภาส (2554)						X	

ตารางที่ 2-4 (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
	ผู้ที่อ้างอิงถึง							
6	สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ และอนุรัตน์ อนันธนาธร (2555)						X	
7	สมบัติ ชำรงชัยวงศ์ (2556)						X	

ตารางที่ 2-4 (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
8	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ก					X		

ตารางที่ 2-4 (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
	ผู้ที่อ้างอิงถึง							
9	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2557 ข					X		X
10	OECD (1997)	X	X	X				
11	OECD (1998)					X		

ตารางที่ 2-4 (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
	ผู้ที่อ้างอิงถึง							
12	Almus and Nerlinger (1999)							
13	Almus (2002)			X				
14	Heiens et al. (2004)							
15	Gibcus et al. (2006)	X		X				
16	Gibcus (2006)			X		X		

ตารางที่ 2-4 (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
	ผู้ที่อ้างอิงถึง							
17	Waasdorp and Bakkenes (2006)							X
18	Stam et al. (2007)	X				X		X
19	Zhou and Wit (2009)	X		X				X
20	Janczak and Bares (2010)							

ตารางที่ 2-4 (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
	ผู้ที่อ้างอิงถึง							
21	Nkonoki (2010)	X	X	X	X			X
22	Sheppard (2010)	X	X		X			X
23	Heimonen (2012)							
24	Daszkiewicz and Wach (2012)	X			X			

ตารางที่ 2-4 (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
	ผู้ที่อ้างอิงถึง							
25	Tuan (2012)			X				X
26	Amat et al. (2013)		X		X	X		
27	Baumane (2013)		X					
28	Dan and Anthony (2013)	X	X		X			X
29	Laperche and Liu (2013)							X

ตารางที่ 2-4 (ต่อ)

ที่	ตัวแปร	คุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High Growth SMEs)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านนวัตกรรม	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านความรู้และทรัพยากรขององค์กร	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ	ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	นโยบายสาธารณะและทางเลือกสาธารณะ	แนวทางการสนับสนุนจากภาครัฐและการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
	ผู้ที่อ้างอิงถึง							
30	Lockett et al. (2013)				X			
31	Gupta et al. (2013)		X					
32	Wennberg (2013)	X	X		X			X
	รวม	9	8	7	8	6	6	10

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศไทย

ในปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือที่เรามักเรียกกันว่า ธุรกิจเอสเอ็มอี (SMEs) มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ได้มีผู้กำหนดค่านิยามขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้หลากหลาย แต่ค่านิยามที่มีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย กำหนดนั้นเป็นค่านิยามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 อาศัยอำนาจพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยมีการกำหนดค่านิยามของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไว้ โดยใช้เกณฑ์ในด้านจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นหลัก ซึ่งมีหลักเกณฑ์ตามตารางที่ 2-5 ดังนี้

ตารางที่ 2-5 กำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลักษณะวิสาหกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26-50	ไม่เกิน 50	51-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16-30	ไม่เกิน 30	31-600
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200

ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมแต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางหรือมีจำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางแต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมให้ถือตามจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์การพิจารณา

นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดเกณฑ์ของวิสาหกิจรายย่อย (Micro enterprise) อันเป็นวิสาหกิจที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยอ้างอิงตามเกณฑ์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553) ที่กำหนดเกณฑ์ของวิสาหกิจรายย่อย (Micro enterprise) อันเป็นวิสาหกิจที่มีขนาดเล็กกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ตามเกณฑ์ดังตารางที่ 2-6

ตารางที่ 2-6 เกณฑ์ในการกำหนดวิสาหกิจรายย่อย (Micro enterprise) ในประเทศไทย

ประเภทธุรกิจ	วิสาหกิจรายย่อย (Micro enterprise)	
	จำนวนการจ้างงาน	มูลค่าสินทรัพย์ถาวร
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 5 คน	N/A
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 5 คน	N/A
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 5 คน	N/A
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 5 คน	N/A

หมายเหตุ N/A = ไม่มีการระบุไว้

ดังนั้น เพื่อให้ขอบเขตในการศึกษาในครั้งนี้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น จึงได้กำหนดเกณฑ์ขั้นต่ำของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ไว้ว่า เป็นวิสาหกิจที่มีการจ้างงานขั้นต่ำตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป และไม่รวมถึงวิสาหกิจที่มีการเติบโตโดยผ่านการควบรวมหรือการซื้อกิจการ เนื่องจากวิสาหกิจในกลุ่มนี้อาจก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการวิจัยในประเด็นของการติดตามวัดอัตราการเติบโตของวิสาหกิจที่ควบรวมกิจการกัน และสำหรับในกรณีการซื้อกิจการ (Take over) ซึ่งการวิเคราะห์อัตราการเติบโตอย่างถูกต้องชัดเจนจะเกิดขึ้นได้เฉพาะเมื่อข้อมูลของกิจการทั้งสองได้ถูกใช้ร่วมกัน ได้แก่ สถิติการเจริญเติบโตของวิสาหกิจ และข้อมูลของการเลิกกิจการที่ถูกควบรวม (Closure) ดังนั้นในการศึกษาในเรื่องของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ครั้งนี้ จึงไม่รวมวิสาหกิจที่มีการเติบโตผ่านการควบรวมกิจการ และการซื้อกิจการในการศึกษาด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Suh and Chung (1998) ได้ศึกษา The role of smes in job creation: some evidence from manufacturing industry in korea โดยทำการวิเคราะห์บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับการสร้างงานในอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศเกาหลี โดยมีข้อสรุปสำคัญ คือ ประการแรก วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้น เป็นผู้ครองส่วนแบ่งที่สำคัญในการจ้างงานในภาคการผลิต การบริการ และในภาคธุรกิจที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับเกษตรกรรม ประการที่สอง บทบาทในการสร้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ผ่านมาได้เพิ่มขึ้นโดยอ้างอิงจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องในการครองส่วนแบ่งในการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในช่วงปี ค.ศ. 1980-1995 ประการที่สาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

(SMEs) เป็นส่วนประกอบสำคัญสูงสุดในการสร้างงาน แม้ว่าจะไม่ปรากฏนัยยะสำคัญเรื่องความแตกต่างระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ในส่วนของ การสร้างงานทั้งหมด

Degenhardt et al. (2002) ทำการศึกษา The growth gap: a small enterprise phenomenon ในประเทศเอกวาดอร์ ผลการศึกษาพบว่า ในประเทศเอกวาดอร์ซึ่งเป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศ หนึ่งนั้น มีวิสาหกิจขนาดเล็กที่มีการจ้างงาน 8-15 คน และการยกระดับธุรกิจไปสู่การจัดการอย่าง มีมืออาชีพ จะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในและภายนอก ได้แก่

1. ประสบการณ์และความสามารถในการบริหารจัดการของเจ้าของ-ผู้จัดการ
2. ระดับการศึกษาทั่วไป และระดับการศึกษาด้านเทคนิคของพนักงานและนายจ้าง
3. ประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงความซับซ้อนในการดำเนินงาน
4. ความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานและนายจ้าง ซึ่งเป็นวัฒนธรรมองค์กรและเป็นสิ่งที่มีคุณค่าเหนือกว่าภาระหน้าที่และความรับผิดชอบ
5. ขอบเขตของกฎหมายและกฎระเบียบต่าง ๆ

ซึ่ง Degenhardt et al. (2002) ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่าช่องว่างในการพัฒนาการเติบโตของ วิสาหกิจขนาดเล็กนี้เป็นปัญหาในระดับผู้ประกอบการ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการและ ความสัมพันธ์ภายในองค์กร ซึ่งส่งผลให้อัตราการเติบโตดำเนินไปอย่างช้าลงหรือเป็นภาวะวิกฤติ ซึ่งเกิดขึ้นภายในองค์กร

Julien (2006) ได้สรุปไว้ใน High-growth SMEs: explanation factors ว่า จากข้อมูลใน การศึกษาที่หลากหลาย แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงนั้น ก่อให้เกิดการจ้างงานใน ตำแหน่งงานใหม่ ๆ ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ตัดสินใจ (Decision maker) และผู้กำหนด นโยบาย (Policy maker) เนื่องจากเป็นประเด็นที่มีผลกระทบต่อภาวะทางเศรษฐกิจและสังคม ผู้ตัดสินใจ (Decision maker) และผู้กำหนดนโยบาย (Policy maker) ต่างต้องการทราบถึงปัจจัย แห่งความสำเร็จที่เกิดขึ้น จากการศึกษาของ Julien (2006) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและ สัมภาษณ์ผู้จัดการของวิสาหกิจที่มีการเติบโตสูงจำนวน 52 แห่ง พบว่า ความสำเร็จนั้นจะขึ้นอยู่กับ ความสามารถขององค์กรในการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการภายในองค์กร และมีข้อมูลที่น่าสนใจ 4 ประการ ที่สามารถสรุปได้ คือ ประการแรก องค์กรเหล่านี้เป็นองค์กรที่มีความซับซ้อน มีการบริหารจัดการแบบกระจายอำนาจ เน้นการมีส่วนร่วมและการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ประการที่สอง ผู้บริหารขององค์กรเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการ และเป็นนักการ สื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยมีงานหลัก คือ การบริหารจัดการให้มีความสอดคล้องกับ

สถานการณ์ หรืออาจเรียกว่าการบริหารจัดการตามสถานการณ์ ผ่านการวางแผนการจัดการที่มีความยืดหยุ่นและมีวัฒนธรรมองค์กรในรูปแบบของการแบ่งปันรวมถึงเป็นผู้เสาะแสวงหาโอกาสใหม่ ๆ ของธุรกิจ ประการที่สาม องค์กรเป็นองค์กรที่มีความแข็งแกร่งเมื่อเข้าสู่ตลาด มีกลยุทธ์การดำเนินงานเชิงรุก หรือมีความตื่นตัวบนพื้นฐานของกลยุทธ์มุ่งเน้นสร้างความแตกต่างให้แก่ลูกค้า และมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้า ประการที่สี่ องค์กรมีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ารวมถึงมีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และศูนย์วิจัยและพัฒนาต่าง ๆ เพื่อดำเนินการในเรื่องของการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

Gibcus et al. (2006) ทำการศึกษาเรื่อง Determinants of growth of start-ups in the Netherlands และได้ให้ข้อสรุปไว้ว่า การเคลื่อนไหวและการเจริญเติบโตขององค์กร มักถูกพิจารณาว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งเสริมการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจ การเติบโตเป็นหัวข้อที่พูดถึงกันตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจเกิดใหม่จะมีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วและช่วยสร้างตำแหน่งงานจำนวนมาก งานวิจัยนี้ได้ศึกษาปัจจัยกำหนด (Determinant) ของการเติบโตของธุรกิจเกิดใหม่ในประเทศเนเธอร์แลนด์ ในงานวิจัยพบสิ่งที่โดดเด่นในการเจริญเติบโตของธุรกิจมี 3 มิติ คือ ด้านตลาด/อุตสาหกรรม ด้านผู้ประกอบการ/การบริหารจัดการ และด้านลักษณะจำเพาะของธุรกิจ โดยใช้ข้อมูลช่วง 10 ปี มาทำการวิเคราะห์ ในแต่ละมิติ ผู้วิจัยได้พบปัจจัยกำหนดการเจริญเติบโตหลายตัว และปัจจัยเหล่านั้น จะก่อให้เกิดผลกระทบด้านบวกในช่วง 5 ปีแรกของธุรกิจ เช่น ความต้องการที่ยังไม่ได้รับการเติมเต็ม (ที่ยังมีอยู่) หุ้นส่วนทางธุรกิจ ประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการ เป้าหมายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตและเครือข่ายธุรกิจ

Zoltan and Mueller (2006) ทำการศึกษาเรื่อง Employment effects of business dynamics: mice, gazelles and elephants โดยมองผลกระทบด้านแรงงานของวิสาหกิจที่มีแหล่งที่มาต่างกัน ทำการเก็บตัวอย่างวิสาหกิจ จำนวน 320 แห่ง ในพื้นที่เมืองหลวงของรัฐต่าง ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่า มีเพียงบริษัทเปิดใหม่ที่มีจำนวนพนักงานมากกว่า 20 แต่ไม่เกิน 500 คน ที่มีผลกระทบด้านการจ้างงานและมักจะพบมากในพื้นที่เมืองหลวงที่มีความหลากหลาย ดังนั้นรูปแบบของบริษัท (Gazelles) และลักษณะของพื้นที่ที่มีความสำคัญต่อการเติบโตของการจ้างงาน

Sheppard (2010) ทำการศึกษาเรื่อง Antecedents of high-growth and gazelle enterprises: an empirical study โดยทำการศึกษถึงปัญหาสำคัญในด้านกลยุทธ์การจัดการและการกำหนดนโยบาย ว่าสิ่งใดที่ทำให้วิสาหกิจมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่ง Sheppard (2010) เห็นว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากวิสาหกิจที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดการสร้างงานใหม่ ๆ ในเปอร์เซ็นต์ที่สูงและการเติบโตนี้เกิดขึ้นอย่างไม่เป็นไปตามสัดส่วนของช่วงเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้ วิสาหกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านการสังเคราะห์ข้อมูลด้าน

การพัฒนาทรัพยากร ทิศทางของกลยุทธ์และความสามารถเฉพาะ และหากมองปัจจัยภายนอกขององค์กร จะพบว่าความร่วมมือกันระหว่างวิสาหกิจ การมีเครือข่ายและการเป็นพันธมิตรต่อกันเป็นจุดกำเนิดที่สำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อการเติบโตของวิสาหกิจอีกด้วย ผลการวิจัยยังพบว่า การเติบโตที่สูงนั้น เกิดขึ้นในลักษณะของการเป็นองค์กรผู้สร้างนวัตกรรม รวมถึงเป็นองค์กรที่มีความแข็งแกร่งของผู้ประกอบการและการดำเนินการทางด้านการตลาด ตลอดจนความสามารถในการจัดการกับเครือข่ายทางธุรกิจมาประกอบกัน ทั้งนี้ พบว่าสำหรับประเทศแคนาดานั้น สถาบันส่งเสริมการพัฒนาด้านการตลาด เครือข่ายธุรกิจและนวัตกรรม มีส่วนช่วยในการพัฒนาวิสาหกิจให้เกิดการเติบโตที่สูง

Nkonoki (2010) ทำการศึกษาเรื่อง What are the factors limiting the success and/or growth of small businesses in Tanzania? โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโต หรือความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดย่อมในประเทศแทนซาเนีย และได้ทำการเสนอแนะแนวทางในการแก้ปัญหา โดยผู้วิจัยทำการเก็บตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เจ้าของวิสาหกิจขนาดย่อม จำนวน 6 คน และผู้แทนที่ได้รับการมอบหมายอย่างเป็นทางการ จำนวน 3 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของวิสาหกิจนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ ปัจจัยภายใน (การได้รับการศึกษาและการอบรมที่ไม่เพียงพอ, ขาดแผนธุรกิจที่เหมาะสม, ขาดจำกัดด้านเงินทุน เป็นต้น) และปัจจัยภายนอก (การประนีประนอมเชิงทุจริต, นโยบายภาครัฐ, รูปแบบการปกครอง เป็นต้น) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัย และได้เสนอแนะไว้ดังนี้ คือ ให้รัฐบาลปฏิรูปนโยบายภาครัฐ ค้นหาช่องทางธุรกิจผ่านทางกลุ่มธุรกิจ พยายามพัฒนาการบริการและรักษาความสัมพันธ์ที่ดีกับเจ้าของวิสาหกิจขนาดย่อม ซึ่งเป็นหุ้นส่วนกับธุรกิจอื่น เช่น สถาบันการเงิน เป็นต้น

Janczak and Bares (2010) ทำการศึกษาเรื่อง High growth SMEs: The evolution of the gazelles and some evidence from the field และได้ให้แนวคิดไว้ว่า โดยปกติแล้วคนส่วนใหญ่จะให้ความสนใจในวิสาหกิจขนาดใหญ่มากกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม Janczak and Bares (2010) นั้น สนใจที่จะศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง หรือที่รู้จักกันในชื่อวิสาหกิจกลุ่มกวางแกเซล (Gazelle) มากกว่า โดย Janczak and Bares (2010) ได้ทำการศึกษาวิสาหกิจในกลุ่มนี้จำนวน 12 แห่ง ในประเทศฝรั่งเศส และได้แนะนำเสนอปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจเหล่านี้ รวมถึงนำเสนอโมเดลที่จะอธิบายถึงปัจจัยแห่งการเติบโตสูงขององค์กรที่ทำการศึกษา ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าบริษัทในกลุ่มกวางแกเซล (Gazelle) นี้ มีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการที่แตกต่างจากวิสาหกิจอื่น คือ การให้สิทธิพิเศษกับความต้องการของลูกค้า โดยมีการกำหนดวิถีทางที่ชัดเจน มีความยืดหยุ่น และมีการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีโครงสร้าง

แน่นอน นอกจากนี้ วิสาหกิจเหล่านี้ยังเป็นองค์กรที่มีความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรอย่างชาญฉลาด (Smartly) โดยมีเทคโนโลยีและลักษณะเด่นเฉพาะของผู้เป็นเจ้าของกิจการเป็นตัวแปรสอดแทรก (Moderating variable) สำหรับผลการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ขององค์กร

Bos and Stam (2011) ทำการศึกษาในเรื่อง Industry growth and structural change โดยทำการศึกษาในขอบเขตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เป็นตัวขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอุตสาหกรรม ด้วยจุดประสงค์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์การดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในช่วงระยะ 12 ปี (ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1997-2008) ในประเทศเนเธอร์แลนด์ และเชื่อมโยงกับการขับเคลื่อนการจ้างงานในอุตสาหกรรม โดยใช้โมเดล PVAR ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในปัจจุบัน กับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม (ด้านการจ้างงาน) จำนวน 43 แห่ง พบว่า การเพิ่มขึ้นของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของอุตสาหกรรม

Laperche and Liu (2013) ทำการศึกษาเรื่อง SMEs and knowledge-capital formation in innovation networks: a review of literature พบว่า บริษัทได้สร้าง “คลังความรู้” (Knowledge capital) ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องการและนำไปใช้ในกระบวนการสร้างคุณค่าเพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนิยามของคลังความรู้ คือ “กลุ่มข้อมูลและองค์ความรู้ที่เกิดขึ้น” ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยเน้นทำการศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พร้อมกับศึกษาความสามารถในการพัฒนาเรื่องคลังความรู้ของวิสาหกิจ รวมถึงบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการสร้างองค์ประกอบความรู้ให้กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ ผู้วิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการสร้างองค์ความรู้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นเป็นไปในลักษณะที่อ่อนแอ โดยมีเหตุผลหลัก ๆ เนื่องมาจากการมีทรัพยากรที่น้อยกว่าแต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ก็มีบทบาทที่สำคัญในการเพิ่มเติมองค์ความรู้ให้กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน ความแข็งแกร่งของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการสร้างเครือข่ายด้านนวัตกรรมในวิสาหกิจที่มีขนาดใหญ่กว่านั้น ขึ้นอยู่กับความสามารถในการพัฒนา และการทำให้คลังความรู้มีความแข็งแกร่ง

Liang, Thomas and Wah (2007) ทำการศึกษา The effects of entrepreneurial growth orientation on organizational change and firm growth ผลการศึกษาพบว่า การจัดการการเติบโตของธุรกิจให้เหนือกว่าช่วงเริ่มต้นธุรกิจนั้น นับเป็นสิ่งที่ท้าทายผู้ประกอบการหลายคน องค์ประกอบหลักที่ช่วยหรือช้อนอยู่หลังภาพการเติบโต ก็คือ ผู้ประกอบการ มีการเชื่อมโยงการเติบโตของธุรกิจกับตัวแปรต่าง ๆ เช่น แรงจูงใจและจิตวิทยาของผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม

พบว่า ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาถึงบทบาทของผู้ประกอบการในด้านความมุ่งมั่นที่จะสร้างความเติบโตให้กับวิสาหกิจ ผลการวิจัยสนับสนุนประเด็นการศึกษาที่เน้นว่า การใช้เงินทุนอย่างชาญฉลาด การพัฒนาเทคโนโลยี ความร่วมมือในการบริหารจัดการ จะนำไปสู่ความได้เปรียบของวิสาหกิจขนาดย่อม

Tuan (2012) ทำการศึกษาเรื่อง Gender, innovation and the growth of small medium enterprises: an empirical analysis of Vietnam's manufacturing firms โดยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศนวัตกรรมและการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศเวียดนาม โดยอ้างอิงแนวคิดของ Storey (1994 cited in Tuan, 2012) ผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 353 แห่ง ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิมาใช้ในการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า เพศกลยุทธ์ การแนะนำสินค้าใหม่ ขนาดและอายุของวิสาหกิจมีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

Amat et al. (2013) ทำการศึกษา Factors that determine the evolution of high-growth businesses พบว่า จากข้อมูลเทคนิคจากหลายสถิติ นโยบายธุรกิจด้านคุณภาพ นวัตกรรมระหว่างประเทศ และการเงิน มีอิทธิพลต่อการเติบโตของธุรกิจและความยั่งยืนที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม Amat et al. (2013) ได้ให้ข้อสรุปไว้ว่าวิสาหกิจที่มีการเจริญเติบโตสูงมีความน่าสนใจมาก เนื่องจากวิสาหกิจเหล่านี้จะช่วยขยายเศรษฐกิจและการจ้างงานในประเทศ งานวิจัยก่อนหน้านี้ได้แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจที่มีการเติบโตส่วนใหญ่ไม่สามารถคงการขยายการเติบโตในหลายปีที่ผ่านมา ดังนั้น ในงานวิจัยนี้ จึงค้นหาและวิเคราะห์วิวัฒนาการของบรรดาธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตสูง และระบุปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการสร้างความสำเร็จในระยะยาว หรือปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโต ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจที่มีการเติบโตของยอดขาย กำไรและจำนวนพนักงานอย่างยั่งยืน ได้ใช้กลยุทธ์ที่ช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโต โดยมีปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยให้เกิดการเติบโต ได้แก่ เงินทุน (มีจำนวนน้อยกว่าหนี้) ในรูปแบบของแหล่งเงินทุนขั้นต้น การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา รวมถึงการจัดการด้านคุณภาพ โดยรวมขององค์กรและความเป็นองค์กรข้ามชาติ

MadadiJani (2011) ทำการศึกษาเรื่อง The role of knowledge in internationalization of small and medium sized enterprise พบว่า การดำเนินธุรกิจโดยการนำพาวิสาหกิจเข้าสู่ตลาดสากลนั้น เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่มีความซับซ้อนมากที่สุดในการขยายตัวของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากกระบวนการด้านการเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจได้เพิ่มขึ้น โดยอ้างอิงจากการสร้างและการใช้ความรู้ขององค์กร การเปลี่ยนผ่านที่มุ่งเน้นด้านธรรมาภิบาลแทนการควบคุมด้านสถิติ ความต้องการใช้ทรัพยากรที่มีลักษณะเฉพาะขององค์กรในภาพรวมตามสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันนั้นความสำเร็จขององค์กรไม่ได้เป็นเพราะความสามารถในการควบคุมทรัพยากรที่มี

เหลืออยู่น้อย แต่เป็นเพราะความสามารถในการรับรู้ เรียนรู้ และนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพมากกว่าสิ่งอื่น หากเปรียบเทียบกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้น มีแหล่งทรัพยากรที่น้อยกว่า ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้จะช่วยทำให้เกิดความรู้ที่เป็นสิ่งจำเป็นในการอยู่รอดและการเติบโตขององค์กร อย่างไรก็ตาม ผลจากการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า บทบาทของความรู้ในกระบวนการทำให้วิสาหกิจเป็นวิสาหกิจในระดับข้ามชาตินั้น จะต้องมี การทำความเข้าใจในภายในกลุ่มอุตสาหกรรม วิสาหกิจ และบุคคลที่เกี่ยวข้อง

AbHalim et al. (2011) ทำการศึกษาในเรื่อง The internationalization theory and Malaysian Small Medium Enterprises (SMEs) พบว่า การลดการกีดกันทางการค้า การพัฒนาสื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีในการสื่อสารจะช่วยส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถขยายธุรกิจไปยังต่างประเทศ แม้ว่าจะเป็นวันแรกของการก่อตั้งก็ตาม ในสภาวะการณ์ดังกล่าว นำไปสู่การอภิปรายระหว่างนักวิจัยนานาชาติ ถึงทฤษฎีใดสามารถนำมาอธิบายได้อย่างมีประสิทธิภาพถึงกระบวนการที่ทำให้บริษัทเป็นบริษัทข้ามชาติ และทฤษฎีเก่าจะไม่เข้ามาข้องเกี่ยวต่อไป ในปัจจุบัน การอภิปรายได้ยึดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระดับชาติ ได้แก่ โมเดล Uppsala โมเดลการสร้างเครือข่าย และการร่วมทุนระหว่างประเทศ (หรือกลุ่มประเทศเกิดใหม่) ผลการศึกษา พบว่า ทั้ง 3 ทฤษฎีดังกล่าว สามารถนำมาใช้ได้ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่เป็นบริษัทข้ามชาติ ไม่สามารถเกิดขึ้นเองได้อย่างธรรมชาติเสียทั้งหมด การส่งออกเป็นวิธีการที่ใช้มากที่สุดเพื่อเบิกทางและการเพิ่มกำไรเป็นวัตถุประสงค์หลักในการทำให้เป็นองค์กรข้ามชาติ

Simin (2012) ทำการศึกษา Internationalization of SMEs: towards an integrative approach of resources and competences ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นส่วนประกอบสำคัญของการเจริญเติบโตและการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ ไม่เพียงแต่ในประเทศพัฒนาแล้วเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนาด้วย ในการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อทบทวนและศึกษากระบวนการในการเป็นบริษัทระดับข้ามชาติของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า กระบวนการเพื่อสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลายเป็นวิสาหกิจในระดับข้ามชาตินั้น จะขึ้นอยู่กับแหล่งทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรและการใช้ทรัพยากรเหล่านั้น โดยอาศัยความสามารถของบุคลากรในองค์กร จากมุมมองนี้ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้เป็นบริษัทข้ามชาตินั้น จะต้องเป็นไปในลักษณะการมีบทบาทร่วม และเต็มไปด้วยความสมัครใจ มากกว่าการตอบสนองเมื่อมีการกระตุ้นหรือการอยู่นิ่งเฉย

Gupta et al. (2013) ทำการศึกษาเรื่อง Firm growth and its determinants ผลการศึกษาพบว่า จากการวิจัยเรื่องการเติบโตของวิสาหกิจของนักวิจัยหลายท่านในช่วงหลายปีที่ผ่านมา คำศัพท์ที่แตกต่างกันถูกใช้กำหนดระดับขั้นการเจริญเติบโตของบริษัท โดยผู้เขียนหลาย ๆ ท่าน แต่เหตุการณ์ที่แต่ละบริษัทจะต้องประสบนั้นจะมีส่วนที่คล้ายกันมากหรืออาจเหมือนเล็กน้อย นักวิจัยหลายท่านได้เสนอความเห็นว่ เมื่อวิสาหกิจเริ่มดำเนินการประกอบธุรกิจ หลังจากนั้นจะมีการเจริญเติบโตพร้อมกับเผชิญความท้าทาย วิกฤติต่าง ๆ และจะโตเต็มขั้นแล้วเข้าสู่ภาวะถดถอย มีหลายปัจจัยที่ส่งเสริมให้วิสาหกิจประสบผลสำเร็จ การเจริญเติบโตของวิสาหกิจนี้จะขึ้นอยู่กับ การกำหนดนิยามของแต่ละองค์กรว่าต้องการเติบโตมากเท่าใดและสิ่งใดที่เป็นสิ่งที่เสนอให้กับ ตลาด สินทรัพย์ที่อยู่ภายใต้การควบคุมมีอะไรบ้าง รูปแบบกฎหมายเป็นอย่างไร การศึกษาการบริหารจัดการช่วงรอยต่อความเจริญของบริษัท และรูปแบบที่จะดำเนินต่ออย่างไรบ้าง เป็นสิ่งที่จำเป็นยิ่งยวด

Olafsen and Cook (2016) ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการเติบโตของผู้ประกอบการในประเทศพัฒนาแล้ว พบว่า ในหลากหลายประเทศที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์แตกต่างกันมีวิสาหกิจจำนวนน้อยที่มีการสร้างตำแหน่งงานใหม่ ๆ และยังพบว่าวิสาหกิจขนาดเล็กที่มีอายุน้อย คือ ตัวขับเคลื่อนให้เกิดตำแหน่งงานใหม่ ๆ และยังพบว่าผู้มีที่เคยทำการศึกษาเรื่องนี้ส่วนน้อยที่มีกรอบแนวคิดในการวิจัยที่ทำการศึกษถึงความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) ในประเทศไทย ในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบพหุวิธี (Mixed method research) ประกอบด้วย

1. วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทำการวิจัยเชิงพรรณนาด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research method) เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์องค์กร การตลาดและการตลาดในระดับสากล คุณลักษณะขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และคุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) รวมถึงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้

2. วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

2.1 การทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลวิเคราะห์ และค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง

2.2 การสนทนากลุ่มย่อย เพื่อยืนยันผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม โดยได้รับความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่มย่อยในครั้งนี้จากผู้บริหาร และ/หรือผู้รับมอบอำนาจจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนรวม 8 แห่ง ดังนี้

- 2.2.1 บริษัท ระยองทิวทัศน์ จำกัด
- 2.2.2 บริษัท ช.ชัยชนะกิจ อินจิเนียริง จำกัด
- 2.2.3 บริษัท ปลวกแดงวัสดุก่อสร้าง จำกัด
- 2.2.4 โรงงานน้ำปลา ตั้ง ช่ง จิว
- 2.2.5 บริษัท ที.เอ.พี ซัพพลาย จำกัด
- 2.2.6 บริษัท ยูนิคอล เวิร์ค จำกัด
- 2.2.7 บริษัท เอสพีวีทรานสปอร์ตเทชั่น จำกัด

2.2.8 บริษัท ชิมตัน จำกัด

2.3 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาประเด็นสำคัญที่คาดว่าจะมีผลเกี่ยวข้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงเปรียบเทียบผลการสัมภาษณ์กับผลที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาเสนอแนะต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในประเทศไทย เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อไป

ซึ่งในการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวนโยบายและแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง โดยได้ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ให้เข้าทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 ท่าน ดังนี้

1. ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณพลาริน แยมจินดา ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มงานนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณเน่งน้อย เวทพงษ์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

3. อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณพันทิพา ชพานนท์ ตำแหน่ง Trade Officer, Senior Professional Level กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

4. อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณนิศาชล ศศานนท์ ตำแหน่ง หัวหน้ากลุ่มบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา 1 สำนักบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา กรมบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

5. อธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ดร.วิรัช คันสร ตำแหน่งผู้อำนวยการกองแผนงานและสารสนเทศ และคุณประสิทธิ์ นิยมแก้ว กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน

6. เลขานุการสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณสิทธิเกตุดี ทัดพิทักษ์กุล ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการลงทุนระดับชำนาญการ และคุณวรกานต์ แซ่ลิ้ม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

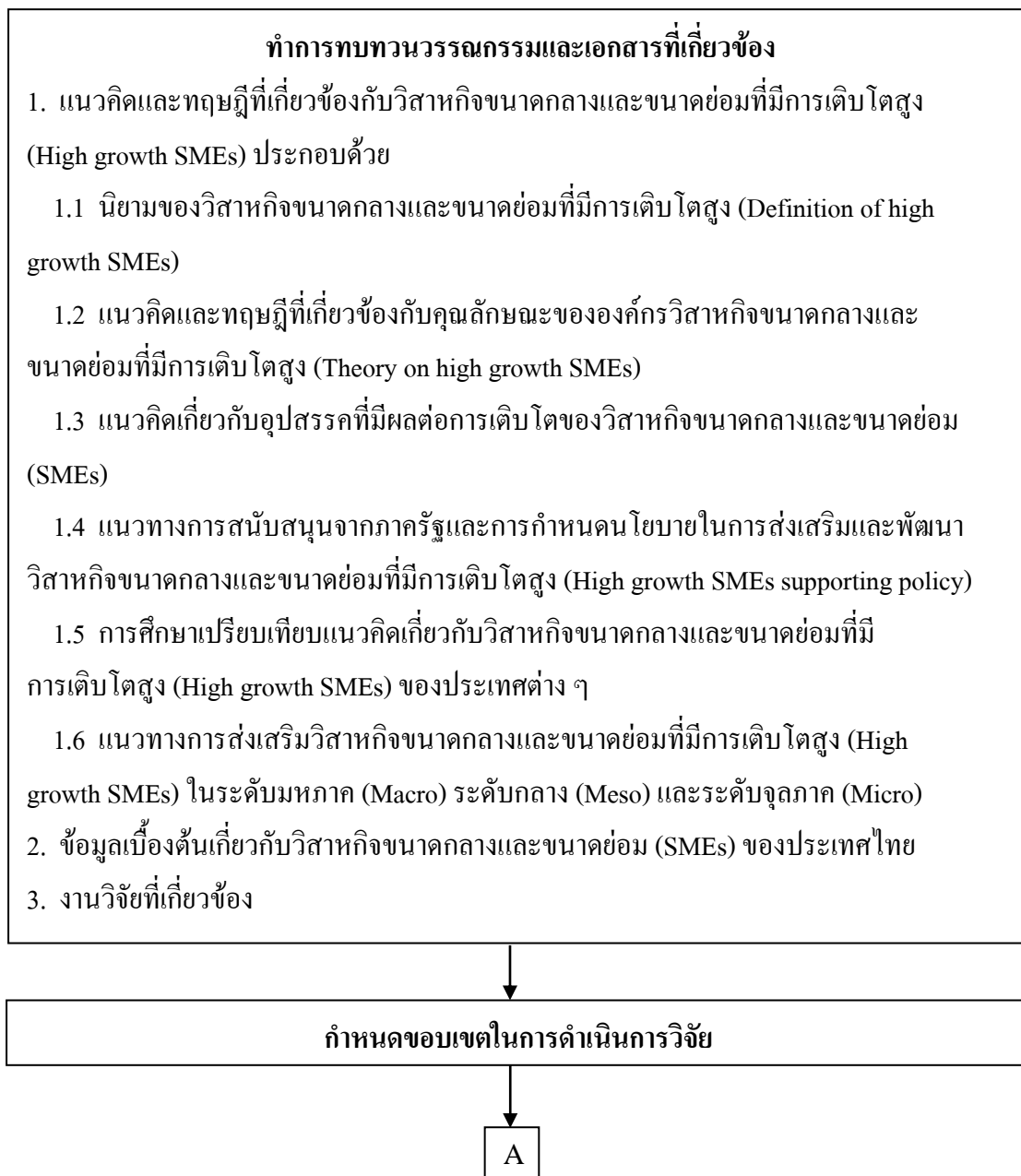
7. ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ดร.ชัยธร สิมากรวณิชย์ ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายสารสนเทศวิเคราะห์ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

8. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณเจน นำชัยศิริ ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

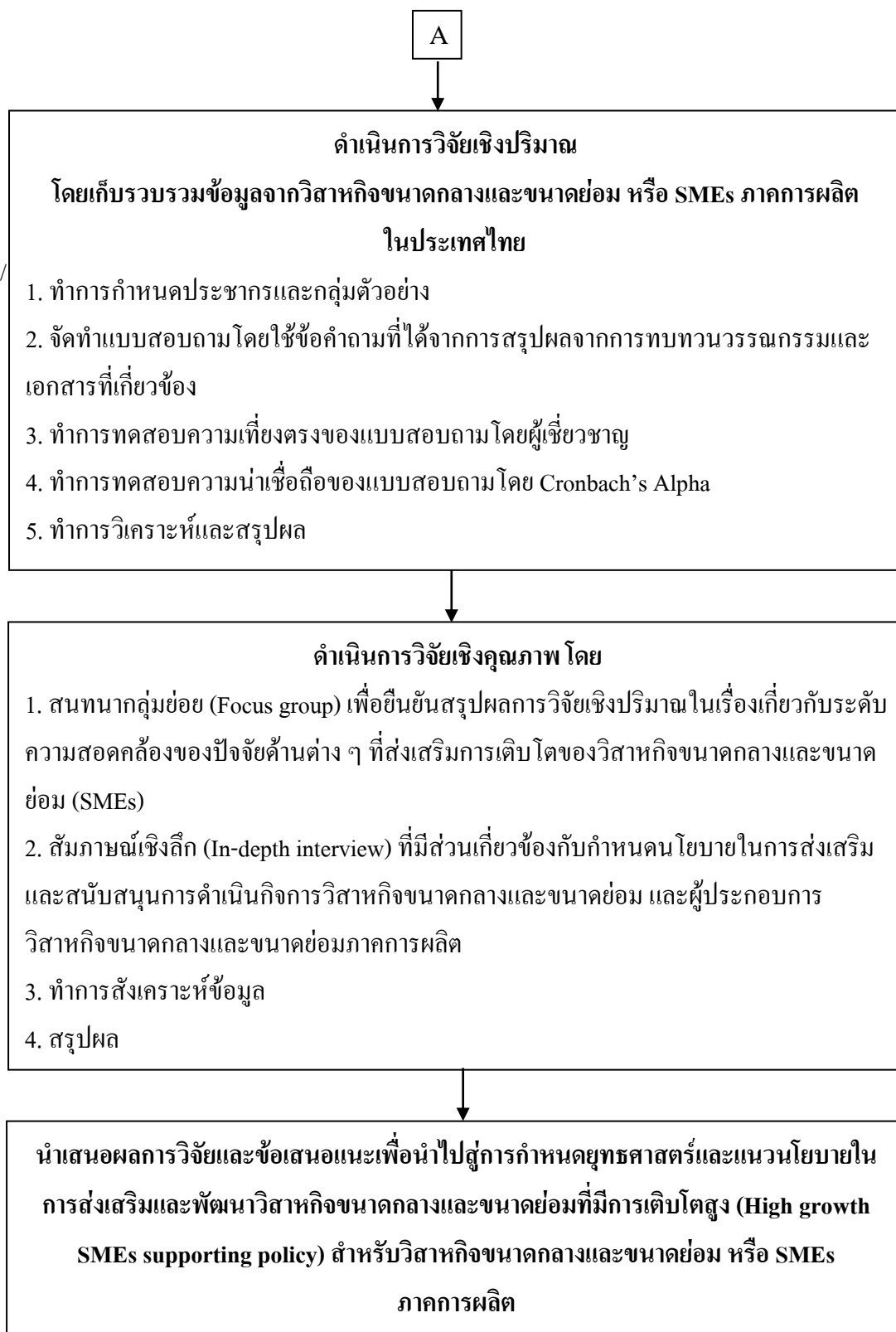
9. เลขานุการสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณสาริกา อภิวรรณกุล ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายใบอนุญาตธุรกิจ SMEs สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

10. ประธานคณะกรรมการบริหารบริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณดุสิตา ทัพวงษ์ ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์องค์กร บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.)

กรอบการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 3-1 กรอบการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 3-1 (ต่อ)

การกำหนดประชากรและการกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ภาคการผลิตในประเทศไทย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ขออนุญาตเข้าถึงข้อมูลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) บางส่วน อาทิเช่น เลขทะเบียน ประเภทของวิสาหกิจ สินทรัพย์รวมและรายได้รวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประจำปี พ.ศ. 2553-2556 เป็นต้น จากฐานข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์เพื่อให้ได้กลุ่มประชากรที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่อยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่มตามข้อกำหนดของกฎหมาย ได้จำนวนประชากรจากกระบวนการคัดกรองข้อมูลจำนวนรวม 30,243 ราย

และเนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ ต้องการค้นหาปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant analysis) ผู้วิจัยจึงได้ทำการแบ่งกลุ่มประชากรในการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่มที่มีลักษณะของประชากรแตกต่างกัน กล่าวคือ

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มจะมีการเติบโตสูง ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตของรายได้สูงกว่าร้อยละ 10 ในช่วงระยะเวลา 3 ปี โดยในกลุ่มนี้จะมีเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง คือ มีอัตราการเติบโตของรายได้สูงกว่าร้อยละ 20 ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ติดต่อกันรวมอยู่ด้วย

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต กล่าวคือ มีอัตราการเติบโตของรายได้ในระยะเวลา 3 ปี ติดต่อกันในอัตราที่ไม่คงที่ ในบางปีอาจมีอัตราการเติบโตของรายได้สูงกว่าร้อยละ 0 แต่ไม่เกินร้อยละ 10 และในบางปีอาจมีรายได้สูงกว่าร้อยละ 10 แต่ไม่เกินร้อยละ 20 และอาจมีบางปีที่มีอัตราการเติบโตของรายได้สูงกว่าร้อยละ 20 รวมถึงกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่มีอัตราการเติบโตของรายได้ในระยะเวลา 3 ปี ติดต่อกันต่ำกว่าร้อยละ 0

ผลการแบ่งกลุ่มสามารถสรุปผลได้ดังตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1 การแบ่งกลุ่มประชากรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิต

กลุ่ม	จำนวน (ราย)	จำนวนตัวอย่าง (ราย)
1	1,856	95
2	28,387	100
รวม	30,243	195

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างและได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรในครั้งนี้อย่างนี้ผู้วิจัยทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม โดยกำหนดความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 90 ความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 10 ดังสูตรของยามานะ (Yamane, 1967) ดังนี้

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

โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากร

e = 0.1 ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 90

กลุ่มที่ 1 จำนวนประชากร = 1,856 ราย

แทนค่า

$$n = \frac{1,856}{1 + (1,856)(0.1)^2}$$

$$n = 94.88 = 95 \text{ ราย}$$

กลุ่มที่ 2 จำนวนประชากร = 28,387 ราย

แทนค่า

$$n = \frac{28,387}{1 + (28,387)(0.1)^2}$$

$$n = 99.65 = 100 \text{ ราย}$$

ซึ่งได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 จำนวน 95 ราย และกลุ่มที่ 2 จำนวน 100 ราย โดยในการเก็บตัวอย่างจริงใช้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มละ 150 ราย เพื่อสำรองความครบถ้วน โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

อย่างไรก็ตาม ในการวิจัยครั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น 214 ราย ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าแบบสอบถามที่ได้รับกลับมามีข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ จึงได้นำแบบสอบถามทั้งหมดที่ตอบกลับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิจัยแบบพหุวิธี ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ

ในการวิจัยเชิงปริมาณครั้งนี้ จะใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลการวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับคลัสเตอร์อุตสาหกรรม, การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม, การรวมกลุ่มเครือข่าย, การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของเครือข่ายที่สนับสนุนการเติบโต

ส่วนที่ 2 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์องค์กร การตลาดและการตลาดในระดับสากล คุณลักษณะขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และคุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 4 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment)

ส่วนที่ 5 จะเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้

ทั้งนี้ ในการจัดทำแบบสอบถามนั้น มีลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาวรรณกรรม ทฤษฎี แนวคิด รวมถึงเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมจุดมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้
2. นำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากผลการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องมาสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)
3. นำแบบสอบถามที่ร่างไว้มาทำการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิให้ทำการพิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุง
4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำมาดำเนินการทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่าง
5. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ ทดสอบความความน่าเชื่อถือ (Reliability analysis)
6. ปรับปรุงแบบสอบถามอีกครั้ง นำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดิม เพื่อพิจารณาแก้ไขปรับปรุงเพิ่มเติมเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ
7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ขอข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
2. ทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากข้อมูลที่ได้รับจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)
3. โทรสอบถามข้อมูลชื่อผู้ที่ทำการตอบแบบสอบถามและ E-mail address ในการจัดส่งแบบสอบถาม
4. นำส่งแบบสอบถามและติดตามการตอบกลับ ทั้งนี้ หากพบว่าข้อมูลที่ตอบกลับไม่สมบูรณ์จะใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เพิ่มเติม

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณและวิเคราะห์ผล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ตอบกลับมาแล้ว นำมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ความถูกต้อง จากนั้นทำการตรวจการให้คะแนน และนำผลคะแนนมาทำการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจะถูกวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ โดยมีวิธีการดังนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถาม
2. นำข้อมูลที่ได้อาจระเบียบโดยคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรม SPSS
3. การวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้มีการแจกแจงความถี่โดยเครื่องคอมพิวเตอร์และการหาค่าร้อยละ (Percentage) ในส่วนของข้อมูลซึ่งเป็นคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

4. หาค่ามัชฌิมเลขคณิต หรือค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อวิเคราะห์การกระจายคะแนนแต่ละครั้ง สำหรับข้อมูลที่มีการแจกแจงความถี่

การทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม

แบบสอบถามประกอบด้วยข้อคำถามทั้งหมด 72 ข้อ ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับคลัสเตอร์อุตสาหกรรม, การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม, การรวมกลุ่มเครือข่าย, การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของเครือข่ายที่สนับสนุนการเติบโต จำนวน

ส่วนที่ 2 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์องค์กร การตลาดและการตลาดในระดับสากล คุณลักษณะขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และคุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 4 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment)

ส่วนที่ 5 จะเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้

ทำการทดสอบจากการเก็บข้อมูล Pretest จำนวน 30 ชุด พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า 0.978 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม แยกออกรายด้าน ได้ดังตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ข้อ	รายละเอียด	Cronbach's alpha if item deleted
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโต ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)		0.968
	ด้านกลยุทธ์องค์กร	0.853
1	การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/ หรือบริการ	0.851
2	การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า	0.856
3	นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive)	0.836
4	การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็น ลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้าน การบริหารจัดการ แผนการพัฒนามูลค่า เป็นต้น	0.810
5	การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ	0.807
6	การบริหารจัดการ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร	0.796
	ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล	0.917
7	การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ	0.942
8	การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอ สินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาดูงานตลาด ต่างประเทศ เป็นต้น	0.839
9	การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ	0.855
	ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร	0.944
10	ระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัว	0.945
11	องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการ ลอกเลียนแบบของกลุ่มคู่แข่ง	0.936
12	ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร	0.939
13	ระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรที่มี ประสิทธิภาพ	0.937

ตารางที่ 3-2 (ต่อ)

ข้อ	รายละเอียด	Cronbach's alpha if item deleted
14	แผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน	0.938
15	บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน	0.938
16	การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต	0.940
17	การประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ	0.941
18	การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ	0.936
19	ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน	0.942
20	ระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง	0.939
	ด้านนวัตกรรมองค์กร	0.955
21	การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร	0.955
22	ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า	0.955
23	การมีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร	0.947
24	การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง	0.951
25	สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ	0.947
26	มีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation)	0.946
27	มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation)	0.947
28	มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation)	0.948
29	การมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตร	0.948

ตารางที่ 3-2 (ต่อ)

ข้อ	รายละเอียด	Cronbach's alpha if item deleted
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ของผู้ตอบแบบสอบถาม		
4	ท่านคิดว่าคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุด ขององค์กรของท่านดังต่อไปนี้ มีระดับความสอดคล้องกับ การเติบโตสูงขององค์กรที่ระดับใด	0.937
4.1	มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต	0.932
4.2	กำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุก	0.930
4.3	มีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กร	0.938
4.4	มีความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางสภาวะ การแข่งขันที่รุนแรงได้	0.929
4.5	กำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต	0.930
4.6	สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและความรู้ ความสามารถให้องค์กร	0.929
4.7	มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้	0.930
4.8	มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือ เทคโนโลยี	0.928
4.9	ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากร มนุษย์	0.930
4.10	กำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่ การเป็นผู้บริหารองค์กร	0.934
4.11	มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน	0.931
4.12	มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน	0.934
4.13	ให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบ การสอนงาน (Coaching)	0.937

ตารางที่ 3-2 (ต่อ)

ข้อ	รายละเอียด	Cronbach's alpha if item deleted
4.14	เคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน	0.940
ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment)		0.979
1	นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs	0.979
2	นโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร	0.979
3	นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต	0.980
4	มีการสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ	0.978
5	นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล	0.978
6	มีการบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดีที่สุด	0.978
7	มีการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม	0.977
8	มีการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ	0.977
9	มีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม	0.978
10	สามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสของระบบราชการ	0.978
11	กฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน	0.977
12	กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้	0.977
13	นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้	0.977

ตารางที่ 3-2 (ต่อ)

ข้อ	รายละเอียด	Cronbach's alpha if item deleted
14	นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ที่เหมาะสม	0.976
15	มีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก	0.977

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ผู้วิจัยได้เตรียมการด้านความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศไทย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 2. ผู้วิจัยได้เตรียมความรู้ด้านระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากตำรา และการขอคำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจในระเบียบวิธีการวิจัย อันจะนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้องและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาให้มากที่สุด
 3. แนวคำถามในการสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยการศึกษาประเด็นคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง หลังจากนั้นจึงนำมาสร้างเป็นคำถามให้มีความครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัยที่ต้องการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้ โดยมีการเรียงลำดับคำถาม เนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด
- โครงสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่
- ส่วนที่ 1 จะเป็นแนวคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีศักยภาพในการเติบโต
- ส่วนที่ 2 จะเป็นแนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตในด้านที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรม ความรู้และทรัพยากรขององค์กร การตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3 จะเป็นแนวคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 4 จะเป็นแนวคำถามเกี่ยวกับนโยบายและทางเลือกสาธารณะในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการเติบโต เพื่อผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในกลุ่มนี้มีการเติบโตกลายเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy)

4. อุปกรณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือ เครื่องบันทึกเสียง และสมุดบันทึก

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีการเข้าถึงข้อมูลและเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data) และการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field data)

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้านเอกสาร (Review data)

ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวิชาการจากแหล่งข้อมูล และวรรณกรรมต่าง ๆ เช่น เอกสารทางวิชาการ วารสาร หนังสือพิมพ์ บทความต่าง ๆ ข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field data)

2.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบคำถามที่ไม่มีโครงสร้าง (Non structure interview) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ลักษณะการสัมภาษณ์จะเป็นแบบไม่เป็นทางการ โดยการกำหนดคำถามออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่ทำ การวิจัย ก่อนเริ่มการทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ โดยขออนุญาตในการจดบันทึกและบันทึกเสียง ระหว่างการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ โดยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30-60 นาที ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์ และความอึดตัวของข้อมูลที่ได้ การสัมภาษณ์แต่ละรายนั้นจะทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยหรือไม่มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น ที่เรียกว่า ข้อมูลอึดตัว จึงหยุดการสัมภาษณ์ ซึ่งการสัมภาษณ์ผู้ตอบแต่ละรายอาจเกิดขึ้นมากกว่า 1 ครั้ง

2.2 ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้วิจัยจะใช้การจดบันทึกสรุปสั้น ๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญและการสังเกตสีหน้าท่าทางของผู้ถูกสัมภาษณ์ร่วมด้วย และเมื่อจบการสัมภาษณ์ จะทำการบันทึกข้อมูลอื่น ๆ ทันทที เช่น ลักษณะท่าทาง ลักษณะน้ำเสียง ตามความเป็นจริงโดยไม่มีการตีความ นอกจากนี้ยังได้บันทึกเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก หรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้วิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูล

2.3 ข้อมูลจะถูกนำมาทำการบันทึกและถอดเทปหลังจากการสัมภาษณ์ เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจนหรือไม่ครบถ้วน และจะนำไปศึกษาเพิ่มเติมเพื่อประโยชน์ในการสัมภาษณ์ครั้งต่อไป ข้อมูลที่ได้มาผู้วิจัยจะนำมาถอดเทปคำต่อคำ ประโยคต่อประโยค แล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งด้วยการฟังเทปบันทึกเสียงซ้ำ

ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ได้นำมาตรวจสอบความเชื่อถือได้ของข้อมูล (Trustworthiness) ตามแนวทางการสร้างความน่าเชื่อถือที่พัฒนามาจาก Lincoln and Guba (1985 อ้างถึงใน จินตนา รัตนสินธุ์, 2549, หน้า 30) ดังนี้

1. ผู้สัมภาษณ์สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในตัวผู้วิจัย ซึ่งจะมีผลต่อความถูกต้องและเป็นจริงของข้อมูล
2. การยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้จดบันทึกอย่างละเอียดและอธิบายอย่างชัดเจนนำกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลว่าข้อมูลเป็นจริงตรงกับความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่
3. ตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล (Dependability) โดยการนำข้อมูลไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษางานนิพนธ์ เพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา
4. ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัยในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน
5. การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยการที่ผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดี พร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit trail) เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้ไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้วิจัย
6. การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธี Review triangulation คือ การที่บุคคลที่ไม่ใช่คณะนักวิจัยมาพบทวนข้อค้นพบจากนักวิจัย อาจช่วยให้เกิดความคิดหรือการตีความใหม่เพิ่มเติม

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์ ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์ก่อนนำไปใช้งาน จากผู้เชี่ยวชาญดังต่อไปนี้

1. ดร.ธีทัต ตรีศิริ โชติ อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
2. ดร.ณภัคอร ปุณยภักดิ์สร อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
3. ดร.เสริมสิทธิ์ สร้อยสอดศรี อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
5. ดร.ชนิสรา แก้วสวรรค์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์ ดังแสดงในตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-3 ผลการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแบบสัมภาษณ์

ตอนที่	หัวข้อเรื่อง	ผลการตรวจสอบ
1	ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์	สอดคล้อง
2	โครงสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์	สอดคล้อง

การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล

- นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปและการบันทึกภาคสนามมาอ่านหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ
- นำข้อมูลกลับมาอ่านอีกครั้งโดยละเอียดทุกบรรทัด และจึงตีความพร้อมทำการตั้งข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้อง
- นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค แล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นทั้งกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่ (Sub-theme)
- ใช้การเขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มี การนำทฤษฎีไปควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจะถูกนำมาประมวลผลด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS หรือ LISREL โดยตัวแปรต่าง ๆ จะถูกนำมาลงรหัสเพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปตัวเลข หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตาม สมมติฐานที่ตั้งไว้ ในส่วนของสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่ และค่าร้อยละ เป็นต้น

สำหรับการทดสอบทางสถิตินั้น แบ่งเป็น

1. ทำการวิเคราะห์ทางสถิติในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่มแบบ 2 ตัวเล็ก โดยใช้สถิติ Independent sample t-test สำหรับตัวแปรตามที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และใช้สถิติ Pearson chi-square ถ้าตัวแปรตามเป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม
2. การวิเคราะห์จำแนกปัจจัยที่ส่งผลต่อกลุ่มการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis) แบบวิธีการนำตัวแปรอิสระเข้ามาในสมการทุกตัวแปร (Enter independents together)
3. การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยวัดความสัมพันธ์ที่สังเกตได้ (Observed variable) กับ ตัวแปรแฝง (Latent or unobserved variable) หรือวัดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป โดยวิธีการสร้างโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง หรือ Structural Equation Modeling (SEM) โดยมีขั้นตอนของการวิเคราะห์ ดังนี้
 - 3.1 สร้างโมเดล (Path)
 - 3.2 หาค่าความน่าเชื่อถือและความถูกต้อง (Reliability and validity)
 - 3.3 การวัดค่าตัวแปร เพื่อวัดค่าตัวแปรว่าเป็นตัวแทนที่ดีหรือไม่ โดยใช้ Factor analysis
 - 3.4 การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อหาว่าตัวแปรต้นมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามหรือไม่ โดยใช้ Regression analysis

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขออนุเคราะห์ข้อมูลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) บางส่วน ได้แก่ เลขทะเบียน ประเภทของวิสาหกิจ สินทรัพย์รวมและรายได้รวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประจำปี พ.ศ. 2553-2556 จากฐานข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จากนั้นได้ทำการวิเคราะห์เพื่อคัดกรองให้ได้กลุ่มประชากรที่ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ กล่าวคือ เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตอยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่มตามข้อกำหนดของกฎหมาย ได้จำนวนประชากรจากกระบวนการคัดกรองข้อมูลจำนวนรวม 30,243 ราย

และเนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้ ต้องการค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์จำแนกประเภท (Discriminant analysis) ผู้วิจัยจึงได้ทำการแบ่งกลุ่มประชากรในการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ เพื่อให้มีคุณลักษณะของประชากรแตกต่างกัน กล่าวคือ

กลุ่มที่ 1 เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง

กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต

สรุปคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมตลอดจนเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงได้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) หมายถึง “กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอัตราการเติบโตด้านผลประกอบการ (ยอดขาย) หรือจำนวนพนักงานในองค์กร เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี ตลอดระยะเวลา 3 ปีต่อเนื่องกัน โดยอาจมีการจัดสรรเวลาและงบประมาณในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานและการใช้ เทคโนโลยีในองค์กรมากกว่าองค์กรทั่วไป”

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ในการวิจัยครั้งนี้เริ่มต้นจากการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิต จำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย และนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ โดยนำเสนอผลการทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาในด้านที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม

ส่วนที่ 1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะขององค์กร (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs))

ส่วนที่ 1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวข้องกับการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

ส่วนที่ 1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับปีที่มีการจัดตั้งกิจการ

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านต่าง ๆ กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของคุณสมบัติของผู้ประกอบการและ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 2.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ด้านนวัตกรรมองค์กร/ด้านคุณลักษณะขององค์กร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการและ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือไม่

ส่วนที่ 4 สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตมีความแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่หรือไม่มีการเติบโต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis)

ส่วนที่ 6 โมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

N	หมายถึง	จำนวนประชากร
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่าง
P	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้จากค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน
χ^2	หมายถึง	ค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ทำการวัด
Sig.	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นที่คำนวณได้
*	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig. \leq 0.05)
**	หมายถึง	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 (Sig. \leq 0.1)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม

ตารางที่ 4-1 การเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจและ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม)

กลุ่มที่	การเป็นสมาชิก	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	เป็น	12	11.5
	ไม่เป็น	92	88.5
	รวม	104	100.0
2	เป็น	20	18.2
	ไม่เป็น	90	81.8
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	เป็น	32	15.0
	ไม่เป็น	182	85.0
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-1 พบว่า มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจและ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ส่วนอีก 182 ราย ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มของธุรกิจและ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) คิดเป็นร้อยละ 85.0 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย โดยในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจและ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 และไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มของธุรกิจและ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.0 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 110 ราย เป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ส่วนอีก 90 ราย ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มของธุรกิจ และ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) คิดเป็นร้อยละ 81.8

ตารางที่ 4-2 ความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

กลุ่มที่	ความร่วมมือกับ ผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	มีความร่วมมือ	39	37.5
	ไม่มีความร่วมมือ	65	62.5
	รวม	104	100.0
2	มีความร่วมมือ	34	30.9
	ไม่มีความร่วมมือ	76	69.1
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	มีความร่วมมือ	73	34.1
	ไม่มีความร่วมมือ	141	65.9
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-2 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม จำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.1 ส่วนอีก 141 ราย และไม่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 65.9 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย โดยในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 และไม่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.5 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.9 ส่วนอีก 76 ราย ไม่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 81.8

ตารางที่ 4-3 การร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ

กลุ่มที่	การร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	มีการร่วมวางแผน	19	18.3
	ไม่มีการร่วมวางแผน	85	81.7
	รวม	104	100.0
2	มีการร่วมวางแผน	21	19.1
	ไม่มีการร่วมวางแผน	89	80.9
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	มีการร่วมวางแผน	40	18.7
	ไม่มีการร่วมวางแผน	174	81.3
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-3 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 ส่วนอีก 174 ราย ไม่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 81.3 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย โดยในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 และไม่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.7 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.1

ส่วนอีก 89 ราย ไม่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับ
หุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 80.9

ตารางที่ 4-4 ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

กลุ่มที่	ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	มีความร่วมมือ	16	15.4
	ไม่มีความร่วมมือ	88	84.6
	รวม	104	100.0
2	มีความร่วมมือ	23	20.9
	ไม่มีความร่วมมือ	87	79.1
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	มีความร่วมมือ	39	18.2
	ไม่มีความร่วมมือ	175	81.8
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-4 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ
จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ส่วนอีก 175 ราย ไม่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/
หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 81.8 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาค
การผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย โดยในกลุ่ม
นี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ จำนวน
16 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.4 และ ไม่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ
จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.6 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโตมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย
มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือ มหาวิทยาลัยต่าง ๆ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ
20.9 ส่วนอีก 87 ราย ไม่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ คิดเป็น
ร้อยละ 79.1

ตารางที่ 4-5 การนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน
บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร

กลุ่มที่	การนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดย มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดย มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	23	22.1
	ไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	81	77.9
	รวม	104	100.0
2	มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดย มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	23	20.9
	ไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	87	79.1
	รวม	110	100.0
รวม ทั้งหมด	มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดย มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	46	21.5
	ไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	168	78.5
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-5 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม
จำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา

สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 ส่วนอีก 168 ราย ไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบัน การศึกษา สถาบันบริการ วิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กรคิดเป็นร้อยละ 78.5 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งใน กลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.1 และ ไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบัน การศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.9 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.9 ส่วนอีก 87 ราย ไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร คิดเป็นร้อยละ 79.1

ส่วนที่ 1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะขององค์กร (วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs))

ตารางที่ 4-6 ลักษณะการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบ แบบสอบถาม

กลุ่มที่	ลักษณะการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมภาคการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	เจ้าของคนเดียว	42	40.4
	สมาชิกในครอบครัว	29	27.9
	ทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความ เชี่ยวชาญ	26	25.0
	อื่น ๆ	7	6.7
	รวม	104	100.0

ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

กลุ่มที่	ลักษณะการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
2	เจ้าของคนเดียว	44	40.0
	สมาชิกในครอบครัว	48	43.6
	ทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ	18	16.4
	อื่น ๆ	0	0.00
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	เจ้าของคนเดียว	86	40.2
	สมาชิกในครอบครัว	77	36.0
	ทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ	44	20.6
	อื่น ๆ	7	3.3
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-6 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีลักษณะการบริหารจัดการโดยเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยสมาชิกในครอบครัว จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และลำดับถัดมา คือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 และมีลักษณะการบริหารจัดการอื่น ๆ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารจัดการโดยเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยสมาชิกในครอบครัว จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.9 และลำดับถัดมา คือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และมีลักษณะการบริหารจัดการอื่น ๆ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ที่มี

ลักษณะการบริหารจัดการโดยเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยสมาชิกในครอบครัว จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 และลำดับถัดมา คือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.4 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้ที่มีลักษณะการบริหารจัดการอื่น ๆ

ตารางที่ 4-7 จำนวนสาขาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่	สาขาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	มีสาขามากกว่า 1 สาขา	15	14.4
	ไม่มีสาขาอื่น	89	85.6
	รวม	104	100.0
2	มีสาขามากกว่า 1 สาขา	12	10.9
	ไม่มีสาขาอื่น	98	89.1
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	มีสาขามากกว่า 1 สาขา	27	12.6
	ไม่มีสาขาอื่น	187	87.4
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-7 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีสาขามากกว่า 1 สาขา จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.6 และไม่มีสาขาอื่น จำนวน 187 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.4 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสาขามากกว่า 1 สาขา จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.40 และไม่มีสาขาอื่น จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.60 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีสาขามากกว่า 1 สาขา จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.90 ส่วนอีก 98 ราย ไม่มีสาขาอื่น คิดเป็นร้อยละ 89.10

ตารางที่ 4-8 จำนวนสาขาในต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่	สาขาในต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	มีสาขาในต่างประเทศ	13	12.5
	ไม่มีสาขาในต่างประเทศ	91	87.5
	รวม	104	100.0
2	มีสาขาในต่างประเทศ	11	10.0
	ไม่มีสาขาในต่างประเทศ	99	90.0
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	มีสาขาในต่างประเทศ	24	11.2
	ไม่มีสาขาในต่างประเทศ	190	88.8
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-8 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 และไม่มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.8 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 และไม่มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.5 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนอีก 99 ราย ไม่มีสาขาในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 90.0

ตารางที่ 4-9 สัดส่วนการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มที่	สัดส่วนการลงทุนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	สัดส่วนการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100	77	74.0
	สัดส่วนการลงทุนโดยคนไทยร่วมกับต่างชาติ	16	15.4
	สัดส่วนการลงทุนโดยต่างชาติร้อยละ 100	11	10.6
	รวม	104	100.0
2	สัดส่วนการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100	93	84.5
	สัดส่วนการลงทุนโดยคนไทยร่วมกับต่างชาติ	10	9.1
	สัดส่วนการลงทุนโดยต่างชาติร้อยละ 100	7	6.4
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	สัดส่วนการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100	170	79.4
	สัดส่วนการลงทุนโดยคนไทยร่วมกับต่างชาติ	26	12.1
	สัดส่วนการลงทุนโดยต่างชาติร้อยละ 100	18	8.4
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-9 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100 จำนวน 170 ราย คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการร่วมลงทุนระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 และเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการลงทุนโดยชาวต่างชาติร้อยละ 100 จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100 จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือ มีการร่วมลงทุนระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.4 และมีการลงทุนโดยชาวต่างชาติร้อยละ 100 จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการลงทุนโดยคนไทย

ร้อยละ 100 จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาคือ มีการร่วมลงทุนระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.1 และมีการลงทุนโดยชาวต่างชาติร้อยละ 100 จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4

ส่วนที่ 1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ตารางที่ 4-10 จำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ

กลุ่มที่	จำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	1	20	19.2
	2	22	21.2
	3	18	17.3
	มากกว่า 3	26	25.0
	ไม่ตอบ	18	17.3
	รวม	104	100.0
2	1	31	28.2
	2	32	29.1
	3	20	18.2
	มากกว่า 3	19	17.3
	ไม่ตอบ	8	7.3
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	1	51	23.8
	2	54	25.2
	3	38	17.8
	มากกว่า 3	45	21.0
	ไม่ตอบ	26	12.1
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-10 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 1 คน จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.8 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 2 คน จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 3 คน จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.8 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการมากกว่า 3 คน จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.0 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 1 คน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 2 คน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 3 คน จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการมากกว่า 3 คน จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 1 คน จำนวน 31 ราย คิดเป็นร้อยละ 28.2 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 2 คน จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 29.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 3 คน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการมากกว่า 3 คน จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3

ตารางที่ 4-11 จำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ

กลุ่มที่	จำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของ วิสาหกิจ (คน)	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	1	47	45.2
	2	39	37.5
	3	7	6.7
	มากกว่า 3	7	6.7
	ไม่ตอบ	4	3.8
	รวม	104	100.0
2	1	42	38.2
	2	40	36.4
	3	16	14.5
	มากกว่า 3	10	9.1
	ไม่ตอบ	2	1.8
	รวม	110	100.0
รวม ทั้งหมด	1	89	41.6
	2	79	36.9
	3	23	10.7
	มากกว่า 3	17	7.9
	ไม่ตอบ	6	2.8
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-11 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 1 คน จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.6 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 2 คน จำนวน 79 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.9 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 3 คน จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.7 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจมากกว่า

3 คน จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.9 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 6 ราย คิดเป็น ร้อยละ 2.8 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 1 คน จำนวน 47 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 2 คน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 3 คน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจมากกว่า 3 คน จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.8 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 1 คน จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 38.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 2 คน จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.4 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจ 3 คน จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.5 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้มีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจมากกว่า 3 คน จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.1 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.8

ตารางที่ 4-12 คุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

กลุ่มที่	คุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	เจ้าของกิจการ	73	70.2
	ผู้มีส่วนร่วมในการก่อตั้งกิจการ	19	18.3
	ผู้มีส่วนร่วมในการบริหารตั้งแต่เริ่มแรก	8	7.7
	อื่น ๆ	3	2.9
	ไม่ตอบ	1	1.0
	รวม	104	100.0

ตารางที่ 4-12 (ต่อ)

กลุ่มที่	คุณลักษณะของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
2	เจ้าของกิจการ	83	75.5
	ผู้มีส่วนร่วมในการก่อตั้งกิจการ	16	14.5
	ผู้มีส่วนร่วมในการบริหารตั้งแต่เริ่มแรก	5	4.5
	อื่น ๆ	5	4.5
	ไม่ตอบ	1	.9
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	เจ้าของกิจการ	156	72.9
	ผู้มีส่วนร่วมในการก่อตั้งกิจการ	35	16.4
	ผู้มีส่วนร่วมในการบริหารตั้งแต่เริ่มแรก	13	6.1
	อื่น ๆ	8	3.7
	ไม่ตอบ	2	.9
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-12 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเจ้าของกิจการจำนวน 156 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.9 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นผู้มีส่วนร่วมในการก่อตั้งกิจการจำนวน 35 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.4 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นผู้มีส่วนร่วมในการบริหารตั้งแต่เริ่มแรกจำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรอื่น ๆ จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.7 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเจ้าของกิจการจำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 70.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นผู้มีส่วนร่วมในการก่อตั้งกิจการจำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นผู้มีส่วนร่วมในการบริหารตั้งแต่เริ่มแรกจำนวน 8 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 7.7 วิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรอื่น ๆ จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเจ้าของกิจการจำนวน 83 ราย คิดเป็นร้อยละ 75.5 วิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นผู้มีส่วนร่วมในการก่อตั้งกิจการจำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.5 วิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นผู้มีส่วนร่วมในการบริหารตั้งแต่เริ่มแรกจำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 วิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรอื่น ๆ จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9

ตารางที่ 4-13 เพศของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

กลุ่มที่	เพศของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ชาย	86	82.7
	หญิง	17	16.3
	ไม่ตอบ	1	1.0
	รวม	104	100.0
2	ชาย	80	72.7
	หญิง	27	24.5
	ไม่ตอบ	3	2.7
	รวม	110	100.0
รวมทั้งหมด	ชาย	166	77.6
	หญิง	44	20.6
	ไม่ตอบ	4	1.9
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-13 พบว่า วิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศชาย จำนวน 166 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.6 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศหญิง จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 4 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.9 โดยแบ่งเป็นวิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศชาย จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.7 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศหญิง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิชาศึกษานาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศชาย จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.7 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศหญิง จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.5 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

ตารางที่ 4-14 อายุของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

กลุ่มที่	อายุของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	30-40 ปี	15	14.4
	41-50 ปี	33	31.7
	51-60 ปี	24	23.1
	61 ปีขึ้นไป	13	12.5
	ไม่ตอบ	19	18.3
	รวม	104	100.0
2	30-40 ปี	12	10.9
	41-50 ปี	20	18.2
	51-60 ปี	43	39.1
	61 ปีขึ้นไป	29	26.4
	ไม่ตอบ	6	5.5
	รวม	110	100.0

ตารางที่ 4-14 (ต่อ)

กลุ่มที่	อายุของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รวม ทั้งหมด	30-40 ปี	27	12.6
	41-50 ปี	53	24.8
	51-60 ปี	67	31.3
	61 ปีขึ้นไป	42	19.6
	ไม่ตอบ	25	11.7
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-14 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มากที่สุด จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.8 ลำดับต่อมา คือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.6 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.6 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.1 ลำดับต่อมา คือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มากที่สุด จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาคือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.4 ลำดับต่อมา คือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 12 ราย

คิดเป็นร้อยละ 10.9 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5

ตารางที่ 4-15 ระดับการศึกษาของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

กลุ่มที่	ระดับการศึกษาของผู้บริหารสูงสุด ขององค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ประถมศึกษา	3	2.9
	มัธยมศึกษาตอนต้น	2	1.9
	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.	4	3.8
	อนุปริญญา หรือปวส.	0	0.0
	ปริญญาตรี	53	51.0
	ปริญญาโท	12	11.5
	ปริญญาเอก	4	3.8
	ไม่ตอบ	26	25.0
	รวม	104	100.0
2	ประถมศึกษา	6	5.5
	มัธยมศึกษาตอนต้น	0	0.0
	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช.	8	7.3
	อนุปริญญา หรือปวส.	7	6.4
	ปริญญาตรี	55	50.0
	ปริญญาโท	20	18.2
	ปริญญาเอก	1	.9
	ไม่ตอบ	13	11.8
	รวม	110	100.0

ตารางที่ 4-15 (ต่อ)

กลุ่มที่	ระดับการศึกษาของผู้บริหารสูงสุด ขององค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
รวม ทั้งหมด	ประถมศึกษา	9	4.2
	มัธยมศึกษาตอนต้น	2	.9
	มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.	12	5.6
	อนุปริญญา หรือ ปวส.	7	3.3
	ปริญญาตรี	108	50.5
	ปริญญาโท	32	15.0
	ปริญญาเอก	5	2.3
	ไม่ตอบ	39	18.2
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-15 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาโทจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ลำดับต่อมาคือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ลำดับต่อมาผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ อนุปริญญา หรือปวส.จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาเอก จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 และผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาโทจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ

มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. และระดับปริญญาเอก จำนวน 4 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ลำดับต่อมา ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาโทจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ อนุปริญญา หรือปวส.จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4 ลำดับต่อมา ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาเอก จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8

ส่วนที่ 1.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

ตารางที่ 4-16 การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

กลุ่มที่	การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
1	ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	64	61.5
	ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	27	26.0
	ไม่ตอบ	13	12.5
	รวม	104	100.0

ตารางที่ 4-16 (ต่อ)

กลุ่มที่	การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
2	ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐ	88	80.0
	ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	17	15.5
	ไม่ตอบ	5	4.5
	รวม	110	100.0
รวม ทั้งหมด	ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐ	152	71.0
	ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ	44	20.6
	ไม่ตอบ	18	8.4
	รวม	214	100.0

จากตารางที่ 4-16 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐจำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.0 และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.0 และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5

ส่วนที่ 1.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับปีที่มีการจัดตั้งกิจการ

ตารางที่ 4-17 อายุของกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม (นับถึงปี พ.ศ. 2559)

กลุ่มที่	จำนวน (ราย)	อายุของกิจการ			
		น้อยที่สุด (Min)	มากที่สุด (Max)	\bar{X}	SD
1	104	6	65	14.31	9.234
2	110	7	57	23.21	10.167
รวม	214	6	65	18.88	10.678

จากตารางที่ 4-17 พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุของกิจการน้อยที่สุด 6 ปี และมากที่สุด 65 ปี และมีค่าเฉลี่ยของอายุของกิจการที่ 18.88 ปี และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) มีอายุของกิจการน้อยที่สุด 6 ปี และมากที่สุด 65 ปี และมีค่าเฉลี่ยของอายุของกิจการที่ 14.31 ปี ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต (กลุ่มที่ 2) มีอายุของกิจการน้อยที่สุด 7 ปี และมากที่สุด 57 ปี และมีค่าเฉลี่ยของอายุของกิจการที่ 23.21 ปี

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

ในการแปลความหมายการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านต่าง ๆ กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้นจะแปลความหมายโดยใช้หลักเกณฑ์แต่ละช่วงคะแนนดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ค่ากึ่งกลางของชั้น	ความหมาย
$0.50 \leq \bar{X} < 1.50$	1	ระดับความสอดคล้องน้อยมาก
$1.50 \leq \bar{X} < 2.50$	2	ระดับความสอดคล้องน้อย
$2.50 \leq \bar{X} < 3.50$	3	ระดับความสอดคล้องปานกลาง
$3.50 \leq \bar{X} < 4.50$	4	ระดับความสอดคล้องมาก
$4.50 \leq \bar{X} < 5.50$	5	ระดับความสอดคล้องมากที่สุด

ส่วนที่ 2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต่าง ๆ กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ตารางที่ 4-18 ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

กลุ่มที่	กลยุทธ์องค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1	1. การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/ หรือ บริการ	3.99	.794	มาก	2
	2. การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า	4.36	.637	มาก	1
	3. นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive)	3.69	.848	มาก	5
	4. การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น	3.74	1.005	มาก	3
	5. การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ	3.75	.821	มาก	4
	6. การบริหารจัดการ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร	3.68	.992	มาก	6
	เฉลี่ย	3.87	.631	มาก	

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

กลุ่มที่	กลยุทธ์องค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
2	1. การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/ หรือ บริการ	3.92	.768	มาก	2
	2. การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า	4.36	.700	มาก	1
	3. นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive)	3.59	.816	มาก	3
	4. การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น	3.37	1.048	ปานกลาง	6
	5. การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ	3.46	.945	ปานกลาง	5
	6. การบริหารจัดการ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร	3.50	1.042	มาก	4
	เฉลี่ย	3.70	.662	มาก	
รวม	1. การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/ หรือ บริการ	3.95	.780	มาก	2
	2. การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า	4.36	.669	มาก	1
	3. นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive)	3.64	.832	มาก	3

ตารางที่ 4-18 (ต่อ)

กลุ่มที่	กลยุทธ์องค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	4. การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น	3.55	1.041	มาก	6
	5. การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ	3.60	.897	มาก	4
	6. การบริหารจัดการ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร	3.58	1.020	มาก	5
	เฉลี่ย	3.78	.652	มาก	

จากตารางที่ 4-18 พบว่า ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .652 กล่าวคือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ การให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/หรือ บริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.95 อยู่ในระดับมาก อันดับสาม คือ นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก อันดับสี่ คือ การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก อันดับห้า คือ การบริหารจัดการ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.58 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโตพบว่าในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่าโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .631 กล่าวคือ อยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านกลยุทธ์องค์กรที่มีระดับ

ความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.99 อยู่ในระดับมาก และการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่ 3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .662 กล่าวคือ อยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านกลยุทธ์องค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุดคือ การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมาก และนวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.59 อยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-19 ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1	7. การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ	3.42	1.267	ปานกลาง	1
	8. การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาดูงานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น	3.03	1.316	ปานกลาง	2
	9. การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ	2.94	1.335	ปานกลาง	3
	เฉลี่ย	3.13	1.198	ปานกลาง	

ตารางที่ 4-19 (ต่อ)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
2	7. การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ	3.20	1.195	ปานกลาง	1
	8. การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาดูงานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น	3.00	1.361	ปานกลาง	2
	9. การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ	2.80	1.304	ปานกลาง	3
	เฉลี่ย	3.00	1.186		
รวม	7. การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ	3.31	1.233	ปานกลาง	1
	8. การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาดูงานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น	3.01	1.337	ปานกลาง	2
	9. การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ	2.87	1.318	ปานกลาง	3
	เฉลี่ย	3.06	1.196	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-19 พบว่า ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.196 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุดคือ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงาน

แสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาคุณภาพตลาดต่างประเทศ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.01 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย คือ การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.87 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่ม การเติบโตพบว่าในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.198 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.42 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาคุณภาพตลาดต่างประเทศ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง และการมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.94 อยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับที่ 3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต พบว่าโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.186 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือการดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาคุณภาพตลาดต่างประเทศ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลาง และการมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-20 ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1	10. ระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัว	3.73	.839	มาก	4

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการ องค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	11. องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของคู่แข่ง	3.44	1.016	ปานกลาง	9
	12. ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร	3.80	.840	มาก	2
	13. ระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	3.67	.833	มาก	5
	14. แผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน	3.51	.985	มาก	7
	15. บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน	3.81	.825	มาก	1
	16. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต	3.59	.843	มาก	6
	17. การประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ	3.73	.769	มาก	4
	18. การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ	3.74	.820	มาก	3
	19. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน	3.48	.955	ปานกลาง	8
	20. ระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง	3.74	.892	มาก	3
	เฉลี่ย	3.66	.690	มาก	
2	10. ระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัว	3.65	.795	มาก	4

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการ องค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	11. องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของคู่แข่ง	3.25	1.015	ปานกลาง	10
	12. ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร	3.73	.860	มาก	2
	13. ระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	3.53	.906	มาก	6
	14. แผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน	3.35	1.089	ปานกลาง	9
	15. บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน	3.81	.840	มาก	1
	16. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต	3.53	.919	มาก	6
	17. การประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ	3.48	.875	ปานกลาง	8
	18. การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ	3.55	.982	มาก	5
	19. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน	3.49	.916	ปานกลาง	7
	20. ระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง	3.71	.912	มาก	3
	เฉลี่ย	3.55	.699		

ตารางที่ 4-20 (ต่อ)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการ องค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
รวม	10. ระบบและกระบวนการในการ บริหารจัดการมีความคล่องตัว	3.69	.815	มาก	4
	11. องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบ ของกลุ่มแข่ง	3.34	1.018	ปานกลาง	10
	12. ความรู้ความสามารถเฉพาะทางของ องค์กร	3.76	.849	มาก	2
	13. ระบบการบริหารจัดการทรัพยากร มนุษย์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	3.60	.872	มาก	6
	14. แผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร ที่เป็นระบบและชัดเจน	3.43	1.040	ปานกลาง	9
	15. บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และ ทักษะการปฏิบัติงาน	3.81	.831	มาก	1
	16. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ การผลิต	3.56	.881	มาก	7
	17. การประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กร ร่วมในการประกอบการ	3.60	.833	มาก	6
	18. การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้ เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ	3.64	.910	มาก	5
	19. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงิน แหล่งทุน	3.49	.933	ปานกลาง	8
	20. ระบบในการบริหารจัดการการเงิน ที่มีสภาพคล่อง	3.72	.901	มาก	3
	เฉลี่ย	3.60	.695	มาก	

จากตารางที่ 4-20 พบว่า ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.695 กล่าวคือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.76 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ ระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 4 คือ ระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัว มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.69 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 5 คือ การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 6 คือ การประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 7 คือ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.56 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 8 คือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.49 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 9 คือ แผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย คือ องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของกลุ่มคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.34 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่าในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .690 กล่าวคือ อยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก และการถ่ายทอดและประยุกต์ ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมาก เท่ากับระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง อยู่ในอันดับที่ 3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือ ไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .699 กล่าวคือ อยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านคุณลักษณะ

การบริหารจัดการองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.73 อยู่ในระดับมาก และระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่ 3

ตารางที่ 4-21 ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1	21. การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร	3.56	.846	มาก	1
	22. ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า	3.54	.944	มาก	2
	23. การมีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร	3.00	1.088	ปานกลาง	9
	24. การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง	3.02	1.140	ปานกลาง	8
	25. สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ	3.20	1.183	ปานกลาง	6
	26. มีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation)	3.47	1.088	ปานกลาง	4
	27. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation)	3.45	1.004	ปานกลาง	5
	28. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation)	3.53	.985	มาก	3

ตารางที่ 4-21 (ต่อ)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	29. การมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตร	3.15	1.298	ปานกลาง	7
	เฉลี่ย	3.33	.905	ปานกลาง	
2	21. การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร	3.31	.906	ปานกลาง	2
	22. ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า	3.43	1.027	ปานกลาง	1
	23. การมีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร	2.87	1.174	ปานกลาง	9
	24. การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง	2.93	1.186	ปานกลาง	7
	25. สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ	2.98	1.234	ปานกลาง	6
	26. มีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation)	3.19	1.252	ปานกลาง	5
	27. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation)	3.26	1.098	ปานกลาง	3
	28. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation)	3.22	1.112	ปานกลาง	4
	29. การมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตร	2.91	1.330	ปานกลาง	8
	เฉลี่ย	3.12	.985	ปานกลาง	
รวม	21. การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร	3.43	.884	ปานกลาง	2

ตารางที่ 4-21 (ต่อ)

กลุ่มที่	ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	22. ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า	3.48	.987	ปานกลาง	1
	23. การมีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร	2.93	1.132	ปานกลาง	9
	24. การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง	2.97	1.162	ปานกลาง	8
	25. สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ	3.09	1.212	ปานกลาง	6
	26. มีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation)	3.33	1.181	ปานกลาง	5
	27. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation)	3.36	1.055	ปานกลาง	4
	28. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation)	3.37	1.061	ปานกลาง	3
	29. การมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตร	3.03	1.317	ปานกลาง	7
	เฉลี่ย	3.22	.950	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-21 พบว่า ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.950 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อยพบว่า ปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กรมีค่าเฉลี่ย (\bar{X})

เท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.37 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 4 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 5 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 6 คือ สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.09 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 7 คือ การมีสิทธิบัตร/อนุสิทธิ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 8 คือ การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.97 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย คือ การมีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.93 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่า ในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .905 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.56 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.53 อยู่ในระดับมาก ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .985 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับที่ 3 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.26 อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของคุณสมบัติของผู้ประกอบการและ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ตารางที่ 4-22 ระดับความสอดคล้องของคุณสมบัติของผู้ประกอบการและ/หรือผู้บริหารสูงสุดของ
องค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

กลุ่มที่	คุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1	5.1 มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กร ให้เกิดการเติบโต	4.30	.749	มาก	1
	5.2 กำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจ เชิงรุก	3.95	.688	มาก	7
	5.3 มีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจ เพื่อการบริหารจัดการองค์กร	4.17	.760	มาก	4
	5.4 มีความสามารถกำหนดทิศทาง การแข่งขันท่ามกลางสภาวะการแข่งขัน ที่รุนแรงได้	3.99	.757	มาก	6
	5.5 กำหนดรูปแบบการบริหารงาน ที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต	3.93	.767	มาก	8
	5.6 สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการ แข่งขันและความรู้ความสามารถใ้้องค์กร	3.95	.805	มาก	7
	5.7 มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อ สถานการณ์ (Dynamic capability) ได้	4.05	.829	มาก	5
	5.8 มีความสามารถในการบริหารจัดการ ด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี	3.90	.807	มาก	9
	5.9 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์	3.84	.860	มาก	10
	5.10 กำหนดแนวทางการฝึกอบรมและ พัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็น ผู้บริหารองค์กร	3.69	.871	มาก	13
	5.11 มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมาย อย่างยั่งยืน	4.19	.801	มาก	3

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

กลุ่มที่	คุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	5.12 มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน	4.23	.672	มาก	2
	5.13 ให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching)	3.82	.825	มาก	12
	5.14 เคยมีประสบการณ์ในการบริหาร จัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน	3.83	1.06 5	มาก	11
	เฉลี่ย	3.99	.593	มาก	
2	5.1 มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้ เกิดการเติบโต	4.09	.749	มาก	1
	5.2 กำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจ เชิงรุก	3.80	.896	มาก	7
	5.3 มีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจ เพื่อการบริหารจัดการองค์กร	4.04	.769	มาก	3
	5.4 มีความสามารถกำหนดทิศทาง การแข่งขันท่ามกลางสภาวะการแข่งขัน ที่รุนแรงได้	3.83	.907	มาก	6
	5.5 กำหนดรูปแบบการบริหารงาน ที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต	3.77	.853	มาก	8
	5.6 สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการ แข่งขันและความรู้ความสามารถให้องค์กร	3.70	.904	มาก	9
	5.7 มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อ สถานการณ์ (Dynamic capability) ได้	3.95	.876	มาก	4
	5.8 มีความสามารถในการบริหารจัดการ ด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี	3.63	.887	มาก	10

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

กลุ่มที่	คุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	5.9 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์	3.59	.915	มาก	11
	5.10 กำหนดแนวทางการฝึกอบรมและ พัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็น ผู้บริหารองค์กร	3.32	.967	ปานกลาง	12
	5.11 มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมาย อย่างยั่งยืน	3.85	.890	มาก	5
	5.12 มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน	4.08	.706	มาก	2
	5.13 ให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching)	3.53	.955	มาก	13
	5.14 เคยมีประสบการณ์ในการบริหาร จัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน	3.53	1.119	มาก	13
	เฉลี่ย	3.76	.656	มาก	
รวม	5.1 มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้ เกิดการเติบโต	4.19	.754	มาก	1
	5.2 กำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจ เชิงรุก	3.87	.804	มาก	7
	5.3 มีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจ เพื่อการบริหารจัดการองค์กร	4.10	.766	มาก	3
	5.4 มีความสามารถกำหนดทิศทาง การแข่งขันท่ามกลางสภาวะการแข่งขัน ที่รุนแรงได้	3.91	.840	มาก	6
	5.5 กำหนดรูปแบบการบริหารงาน ที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต	3.85	.814	มาก	8

ตารางที่ 4-22 (ต่อ)

กลุ่มที่	คุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	5.6 สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและความรู้ความสามารถในองค์กร	3.82	.865	มาก	9
	5.7 มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้	4.00	.853	มาก	5
	5.8 มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี	3.76	.858	มาก	10
	5.9 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์	3.71	.895	มาก	11
	5.10 กำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร	3.50	.938	มาก	14
	5.11 มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยิ่งยวด	4.01	.864	มาก	4
	5.12 มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน	4.15	.692	มาก	2
	5.13 ให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching)	3.67	.904	มาก	13
	5.14 เคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน	3.68	1.100	มาก	12
	เฉลี่ย	3.87	.634	มาก	

จากตารางที่ 4-22 พบว่า ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.634 กล่าวคือ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ มีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 4 คือ มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 5 คือ มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 6 คือ มีความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางภาวะการแข่งขันที่รุนแรงได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.91 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 7 คือ กำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.87 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 8 คือ กำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 9 คือ สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและความรู้ความสามารถให้องค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.82 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 10 คือ มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/หรือเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.76 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 11 คือ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 12 คือ เคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 13 คือ ให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ กำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร มีค่าเฉลี่ย (M) เท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่าในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .593 กล่าวคือ อยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโตมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .656 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิด

การเติบโตมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.08 อยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ มีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.04 อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 2.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ตารางที่ 4-23 ระดับความสอดคล้องของนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

กลุ่มที่	นโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
1	1. นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs	3.26	1.084	ปานกลาง	4
	2. นโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร	3.23	.994	ปานกลาง	5
	3. นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต	3.27	1.100	ปานกลาง	3
	4. มีการสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ	3.01	1.019	ปานกลาง	12
	5. นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล	3.16	1.158	ปานกลาง	7

ตารางที่ 4-23 (ต่อ)

กลุ่มที่	นโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	6. มีการบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี	3.11	.994	ปานกลาง	10
	7. มีการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม	3.19	1.048	ปานกลาง	6
	8. มีการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ	3.14	1.218	ปานกลาง	8
	9. มีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม	3.23	1.143	ปานกลาง	5
	10. สามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์ปชั่นและความโปร่งใสของระบบราชการ	3.05	1.382	ปานกลาง	11
	11. ฤดูระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน	3.29	1.220	ปานกลาง	2
	12. กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้	3.13	1.234	ปานกลาง	9
	13. นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้	3.36	1.060	ปานกลาง	1
	14. นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม	3.29	1.049	ปานกลาง	2
	15. มีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก	3.05	1.203	ปานกลาง	11
	เฉลี่ย	3.19	.967	ปานกลาง	
2	1. นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs	3.30	.982	ปานกลาง	1

ตารางที่ 4-23 (ต่อ)

กลุ่มที่	นโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริม และสนับสนุนวิสาหกิจขนาด กลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	2. นโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจใน การเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร	3.17	.941	ปานกลาง	4
	3. นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้ เกิดการเติบโต	3.20	1.052	ปานกลาง	3
	4. มีการสร้างวัฒนธรรมการเป็น ผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจ ประกอบธุรกิจ	3.11	.900	ปานกลาง	7
	5. นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถ ขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล	3.25	1.051	ปานกลาง	2
	6. มีการบริหารจัดการปัญหาความผันผวน ของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี	3.01	.977	ปานกลาง	10
	7. มีการบริหารจัดการมาตรฐานทาง เทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม	3.17	.870	ปานกลาง	4
	8. มีการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยาก ของระบบราชการ	3.11	1.133	ปานกลาง	7
	9. มีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้าน ต่าง ๆ อย่างเหมาะสม	3.14	1.093	ปานกลาง	5
	10. สามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและ ความโปร่งใสของระบบราชการ	2.94	1.311	ปานกลาง	11
	11. กฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรม ในการแข่งขัน	3.04	1.097	ปานกลาง	8
	12. กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทาง การค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้	2.93	1.197	ปานกลาง	12

ตารางที่ 4-23 (ต่อ)

กลุ่มที่	นโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริม และสนับสนุนวิสาหกิจขนาด กลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	13. นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการ เข้าถึงเทคโนโลยีได้	3.20	.931	ปานกลาง	3
	14. นโยบายด้านนวัตกรรมและการ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม	3.14	1.041	ปานกลาง	6
	15. มีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนา ของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิง พาณิชย์ที่สะดวก	3.03	1.093	ปานกลาง	9
	เฉลี่ย	3.11	.877	ปานกลาง	
รวม	1. นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐ เหมาะสมกับภาค SMEs	3.28	1.030	ปานกลาง	1
	2. นโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจใน การเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร	3.20	.965	ปานกลาง	4
	3. นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้ เกิดการเติบโต	3.24	1.074	ปานกลาง	2
	4. มีการสร้างวัฒนธรรมการเป็น ผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจ ประกอบธุรกิจ	3.06	.959	ปานกลาง	8
	5. นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถ ขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล	3.21	1.103	ปานกลาง	3
	6. มีการบริหารจัดการปัญหาความผันผวน ของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี	3.06	.984	ปานกลาง	8
	7. มีการบริหารจัดการมาตรฐานทาง เทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม	3.18	.958	ปานกลาง	5

ตารางที่ 4-23 (ต่อ)

กลุ่มที่	นโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง	\bar{X}	SD	ระดับ	อันดับ
	8. มีการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ	3.13	1.173	ปานกลาง	7
	9. มีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม	3.18	1.116	ปานกลาง	5
	10. สามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสของระบบราชการ	3.00	1.344	ปานกลาง	11
	11. กฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน	3.16	1.163	ปานกลาง	6
	12. กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้	3.02	1.217	ปานกลาง	10
	13. นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้	3.28	.997	ปานกลาง	1
	14. นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม	3.21	1.045	ปานกลาง	3
	15. มีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก	3.04	1.145	ปานกลาง	9
	เฉลี่ย	3.15	.920	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4-23 พบว่า ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.15 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.920 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

(High growth SMEs supporting policy and environment) ที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs และนโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.28 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.24 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล และนโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.21 เท่ากัน อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 4 คือ มีนโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 5 คือ มีการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม และมีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันคือ เท่ากับ 3.18 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 6 คือ กฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 7 คือ มีการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.13 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 8 คือ มีการสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ และมีการบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.97 เท่ากัน อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 9 คือ มีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐไปเอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.04 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 10 คือ กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.02 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย คือ สามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสของระบบราชการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่า ในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .967 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) ที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม และกฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.29 อยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน และอันดับที่ 3 คือ นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.27 อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .877 กล่าวคือ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) ที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.25 อยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน และอันดับที่ 3 คือ นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต และนโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือไม่

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ทำการวิเคราะห์ทางสถิติในการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรต้นที่เป็นข้อมูลเชิงกลุ่มแบบ 2 ตัวเลือก โดยใช้สถิติ Independent sample t-test สำหรับตัวแปรตามที่เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และใช้สถิติ Pearson chi-square ถ้าตัวแปรตามเป็นข้อมูลเชิงกลุ่ม ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบ เป็นดังนี้

1. การวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรมหรือไม่

ตารางที่ 4-24 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและ
 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านการเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบัน
 ที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน(คลัสเตอร์อุตสาหกรรม)

กลุ่มการเติบโต	การเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือ สถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม)		รวม	χ^2	Sig.
	เป็นสมาชิก	ไม่เป็นสมาชิก			
กลุ่มที่ 1	12	92	104	1.855	P = .173
กลุ่มที่ 2	20	90	110		
รวม	32	182	214		

จากตารางที่ 4-24 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .173 ซึ่งค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่ม
 การเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องด้านการเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจและ/
 หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม)

ตารางที่ 4-25 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและ
 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม
 เดียวกัน

กลุ่ม การเติบโต	ความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน		รวม	χ^2	Sig.
	มีความร่วมมือ	ไม่มีความร่วมมือ			
กลุ่มที่ 1	39	65	104	1.033	P = .309
กลุ่มที่ 2	34	76	110		
รวม	73	141	214		

จากตารางที่ 4-25 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .309 ซึ่งค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่ม
 การเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องด้านความร่วมมือกับผู้ประกอบการ
 อื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน

ตารางที่ 4-26 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ

กลุ่มการเติบโต	การร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ		รวม	χ^2	Sig.
	มีการร่วมวางแผน	ไม่มีการร่วมวางแผน			
กลุ่มที่ 1	19	85	104	.024	P = .878
กลุ่มที่ 2	21	89	110		
รวม	40	174	214		

จากตารางที่ 4-26 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .878 ซึ่งค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องด้านการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ

ตารางที่ 4-27 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

กลุ่มการเติบโต	ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและ/หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ		รวม	χ^2	Sig.
	มีความร่วมมือ	ไม่มีความร่วมมือ			
กลุ่มที่ 1	16	88	104	1.095	P = .295
กลุ่มที่ 2	23	87	110		
รวม	39	175	214		

จากตารางที่ 4-27 พบว่าค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .295 ซึ่งค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องด้านความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและ/หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ

ตารางที่ 4-28 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านเครือข่ายและ
 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมด้านการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย
 สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร

กลุ่ม การเติบโต	การนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดย มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร		รวม	χ^2	Sig.
	มีการนำมาใช้	ไม่มีการนำมาใช้			
กลุ่มที่ 1	23	81	104	.046	P = .830
กลุ่มที่ 2	23	87	110		
รวม	46	168	214		

จากตารางที่ 4-28 พบว่าค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .830 ซึ่งมีค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่ม
 การเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องด้านการนำองค์ความรู้ที่เกิดจาก
 การคิดค้น โดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร

ตารางที่ 4-29 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อ
 ระดับความสอดคล้องว่าภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนการสร้างเครือข่ายให้กับ
 ภาครัฐกิจอย่างเหมาะสม

ปัจจัยด้านเครือข่ายและ คลัสเตอร์อุตสาหกรรม	กลุ่มการเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุน การสร้างเครือข่ายให้กับ ภาครัฐกิจอย่างเหมาะสม	กลุ่มที่ 1	2.46	.924	-1.724	.086
	กลุ่มที่ 2	2.67	.869		
รวม	กลุ่มที่ 1	2.46	.924	-1.724	.086
	กลุ่มที่ 2	2.67	.869		

จากตารางที่ 4-29 พบว่า เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มี
 ผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องว่าภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนการสร้างเครือข่ายให้กับ

ภาคธุรกิจอย่างเหมาะสม โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .086 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องว่าภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนการสร้างเครือข่ายให้กับภาคธุรกิจอย่างเหมาะสมแตกต่างกัน

2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร/ ด้านคุณลักษณะขององค์กรหรือไม่

ตารางที่ 4-30 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร

ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร	กลุ่มการเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
1. การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และ/ หรือบริการ	กลุ่มที่ 1	3.99	.794	.676	.500
	กลุ่มที่ 2	3.92	.768		
2. การให้ความสำคัญและให้ความสำคัญกับความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า	กลุ่มที่ 1	4.36	.637	-.086	.932
	กลุ่มที่ 2	4.36	.700		
3. นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive)	กลุ่มที่ 1	3.69	.848	.891	.374
	กลุ่มที่ 2	3.59	.816		
4. การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น	กลุ่มที่ 1	3.74	1.005	2.617	.010
	กลุ่มที่ 2	3.37	1.048		
5. การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ	กลุ่มที่ 1	3.75	.821	2.360	.019
	กลุ่มที่ 2	3.46	.945		

ตารางที่ 4-30 (ต่อ)

ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร	กลุ่ม การเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
6. การบริหารจัดการ และปกป้อง ทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร	กลุ่มที่ 1	3.68	.992	1.317	.189
	กลุ่มที่ 2	3.50	1.042		
รวม	กลุ่มที่ 1	3.87	.631	1.905	.058
	กลุ่มที่ 2	3.70	.662		

จากตารางที่ 4-30 พบว่า เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) โดยรวม มีค่าเท่ากับ .058 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กรแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .500 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .932 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive) โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .374 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่า

เดิม (Creative destructive) แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนานวัตกรรม เป็นต้น โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .010 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนานวัตกรรม เป็นต้น แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการและปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .189 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการและปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-31 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล

ปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล	กลุ่มการเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
7. การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ	กลุ่มที่ 1	3.42	1.267	1.326	.186
	กลุ่มที่ 2	3.20	1.195		

ตารางที่ 4-31 (ต่อ)

ปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล	กลุ่มการเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
8. การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาคุณภาพตลาดต่างประเทศ เป็นต้น	กลุ่มที่ 1	3.03	1.316	.160	.873
	กลุ่มที่ 2	3.00	1.361		
9. การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ	กลุ่มที่ 1	2.94	1.335	.797	.426
	กลุ่มที่ 2	2.80	1.304		
รวม	กลุ่มที่ 1	3.13	1.198	.815	.416
	กลุ่มที่ 2	3.00	1.186		

จากตารางที่ 4-31 พบว่า เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) โดยรวม มีค่าเท่ากับ .416 ซึ่งมีความมากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .186 ซึ่งมีความมากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาคุณภาพตลาดต่างประเทศ เป็นต้น โดยใช้ สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .837 ซึ่งมีความมากกว่า

.05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาฐานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .426 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-32 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร

ปัจจัยด้านคุณลักษณะ การบริหารจัดการองค์กร	กลุ่ม การเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
10. ระบบและกระบวนการในการ บริหารจัดการมีความคล่องตัว	กลุ่มที่ 1	3.73	.839	.683	.496
	กลุ่มที่ 2	3.65	.795		
11. องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการ ลอกเลียนแบบของคู่แข่ง	กลุ่มที่ 1	3.44	1.016	1.336	.183
	กลุ่มที่ 2	3.25	1.015		
12. ความรู้ความสามารถเฉพาะ ทางขององค์กร	กลุ่มที่ 1	3.80	.840	.570	.569
	กลุ่มที่ 2	3.73	.860		
13. ระบบการบริหารจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กร ที่มีประสิทธิภาพ	กลุ่มที่ 1	3.67	.833	1.194	.234
	กลุ่มที่ 2	3.53	.906		
14. แผนฝึกอบรมและพัฒนา บุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน	กลุ่มที่ 1	3.51	.985	1.091	.277
	กลุ่มที่ 2	3.35	1.089		
15. บุคลากรมีความรู้ ความสามารถ และทักษะการ ปฏิบัติงาน	กลุ่มที่ 1	3.81	.825	-.012	.990
	กลุ่มที่ 2	3.81	.840		

ตารางที่ 4-32 (ต่อ)

ปัจจัยด้านคุณลักษณะ การบริหารจัดการองค์กร	กลุ่ม การเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
16. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมา ใช้การผลิต	กลุ่มที่ 1	3.59	.843	.450	.653
	กลุ่มที่ 2	3.53	.919		
17. การประยุกต์ใช้ความรู้ของ องค์กรร่วมในการประกอบการ	กลุ่มที่ 1	3.73	.769	2.176	.031
	กลุ่มที่ 2	3.48	.875		
18. การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการ บริหารจัดการ	กลุ่มที่ 1	3.74	.820	1.449	.149
	กลุ่มที่ 2	3.55	.982		
19. ความสามารถในการเข้าถึง แหล่งเงินแหล่งทุน	กลุ่มที่ 1	3.48	.955	-.079	.937
	กลุ่มที่ 2	3.49	.916		
20. ระบบในการบริหารจัดการ การเงินที่มีสภาพคล่อง	กลุ่มที่ 1	3.74	.892	.254	.800
	กลุ่มที่ 2	3.71	.912		
รวม	กลุ่มที่ 1	3.66	.690	1.099	.273
	กลุ่มที่ 2	3.55	.699		

จากตารางที่ 4-32 พบว่า เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) โดยรวม มีค่าเท่ากับ .273 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัวโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .496 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัวแตกต่าง

กัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านองค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของกลุ่มคู่แข่งโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .183 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านองค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของกลุ่มคู่แข่งแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .569 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กรแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .234 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านแผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .277 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านแผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจนแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงานโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .990 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านบุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตโดยใช้สถิติ

Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .653 ซึ่งมีความมากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .031 ซึ่งมีความน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบ พบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .149 ซึ่งมีความมากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุนโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .937 ซึ่งมีความมากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุนแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่องโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .800 ซึ่งมีความมากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่องแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-33 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร

ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร	กลุ่มการเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
21. การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร	กลุ่มที่ 1	3.56	.846	2.072	.039
	กลุ่มที่ 2	3.31	.906		
22. ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า	กลุ่มที่ 1	3.54	.944	.823	.411
	กลุ่มที่ 2	3.43	1.027		
23. การมีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร	กลุ่มที่ 1	3.00	1.088	.821	.412
	กลุ่มที่ 2	2.87	1.174		
24. การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง	กลุ่มที่ 1	3.02	1.140	.577	.564
	กลุ่มที่ 2	2.93	1.186		
25. สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ	กลุ่มที่ 1	3.20	1.183	1.339	.182
	กลุ่มที่ 2	2.98	1.234		
26. มีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation)	กลุ่มที่ 1	3.47	1.088	1.743	.083
	กลุ่มที่ 2	3.19	1.252		
27. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation)	กลุ่มที่ 1	3.45	1.004	1.307	.193
	กลุ่มที่ 2	3.26	1.098		
28. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation)	กลุ่มที่ 1	3.53	.985	2.159	.032
	กลุ่มที่ 2	3.22	1.112		
29. การมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตร	กลุ่มที่ 1	3.15	1.298	1.363	.174
	กลุ่มที่ 2	2.91	1.330		
รวม	กลุ่มที่ 1	3.33	.905	1.582	.115
	กลุ่มที่ 2	3.12	.985		

จากตารางที่ 4-33 พบว่า เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) โดยรวม มีค่าเท่ากับ .115 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .039 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กรแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .411 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้าแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีหน่วยงานหรือ โครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนา สำหรับองค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .412 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีหน่วยงานหรือ โครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กรแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .564 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน ไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียงแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .182 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .083 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation) โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .193 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation) แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .174 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีสิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร แตกต่างกัน

ตารางที่ 4-34 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจ

กลุ่ม การเติบโต	การบริหารจัดการวิสาหกิจ				รวม	χ^2	Sig.
	เจ้าของ คนเดียว	สมาชิก ครอบครัว	ทีมบริหาร มืออาชีพ	อื่น ๆ			
กลุ่มที่ 1	42	29	26	7	104	13.031	P = .005
กลุ่มที่ 2	44	48	18	0	110		
รวม	86	77	44	7	214		

จากตารางที่ 4-34 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .005 ซึ่งมีค่า $P < .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจ

ตารางที่ 4-35 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านจำนวนสาขา

กลุ่ม การเติบโต	จำนวนสาขา		รวม	χ^2	Sig.
	มีสาขามากกว่า 1 สาขา	ไม่มีสาขาอื่น			
กลุ่มที่ 1	15	89	104	.599	P = .439
กลุ่มที่ 2	12	98	110		
รวม	27	187	214		

จากตารางที่ 4-35 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .439 ซึ่งมีค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านจำนวนสาขา

ตารางที่ 4-36 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านจำนวนสาขาในต่างประเทศ

กลุ่มการเติบโต	จำนวนสาขาในต่างประเทศ		รวม	χ^2	Sig.
	มีสาขาในต่างประเทศ	ไม่มีสาขาในต่างประเทศ			
กลุ่มที่ 1	13	91	104	.336	P= .562
กลุ่มที่ 2	11	99	110		
รวม	24	190	214		

จากตารางที่ 4-36 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .562 ซึ่งมีค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านจำนวนสาขาในต่างประเทศ

ตารางที่ 4-37 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านสัดส่วนการร่วมลงทุนกับต่างชาติ

กลุ่มการเติบโต	สัดส่วนการร่วมลงทุนกับต่างชาติ			รวม	χ^2	Sig.
	สัดส่วนเป็นไทย 100%	สัดส่วนเป็นไทยและต่างชาติ	สัดส่วนเป็นต่างชาติ 100%			
กลุ่มที่ 1	77	16	11	104	3.614	P = .164
กลุ่มที่ 2	93	10	7	110		
รวม	170	26	18	214		

จากตารางที่ 4-37 พบว่าค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .164 ซึ่งมีค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะขององค์กรในส่วนของปัจจัยย่อยด้านสัดส่วนการร่วมลงทุนกับต่างชาติ

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)หรือไม่

ตารางที่ 4-38 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ

กลุ่ม การเติบโต	จำนวนผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ				รวม	χ^2	Sig.
	1 คน	2 คน	3 คน	> 3 คน			
กลุ่มที่ 1	47	39	7	7	104	4.043	P = .257
กลุ่มที่ 2	42	40	16	10	110		
รวม	89	79	23	17	214		

จากตารางที่ 4-38 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .257 ซึ่งมีค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ

ตารางที่ 4-39 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

กลุ่ม การเติบโต	ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร				รวม	χ^2	Sig.
	เจ้าของ กิจการ	ผู้มีส่วนร่วม ในการก่อตั้ง กิจการ	ผู้มีส่วนร่วม ในการบริหาร ตั้งแต่เริ่มแรก	อื่น ๆ			
กลุ่มที่ 1	73	19	8	3	104	1.922	P = .589
กลุ่มที่ 2	83	16	5	5	110		
รวม	156	35	13	8	214		

จากตารางที่ 4-39 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .589 ซึ่งมีค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในส่วนของปัจจัยย่อยด้าน

ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

ตารางที่ 4-40 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านเพศของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

กลุ่ม การเติบโต	เพศของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร			รวม	χ^2	Sig.
	ชาย	หญิง	ไม่ระบุ			
กลุ่มที่ 1	86	17	1	104	.324	P = .190
กลุ่มที่ 2	80	27	3	110		
รวม	166	44	4	214		

จากตารางที่ 4-40 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .190 ซึ่งมีค่า $P > .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในส่วนของปัจจัยย่อยด้านเพศของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

ตารางที่ 4-41 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของ ผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	กลุ่ม การเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
5.1 มีแรงบันดาลใจในการสร้าง องค์กรให้เกิดการเติบโต	กลุ่มที่ 1	4.30	.749	2.203	.044
	กลุ่มที่ 2	4.09	.749		
5.2 กำหนดนโยบายในการ ดำเนินธุรกิจเชิงรุก	กลุ่มที่ 1	3.95	.688	1.395	.164
	กลุ่มที่ 2	3.80	.896		

ตารางที่ 4-41 (ต่อ)

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของ ผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	กลุ่ม การเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
5.3 มีอิสระ (Autonomy) ใน การตัดสินใจเพื่อการบริหาร จัดการองค์กร	กลุ่มที่ 1	4.17	.760	1.314	.190
	กลุ่มที่ 2	4.04	.769		
5.4 มีความสามารถกำหนด ทิศทางการแข่งขันท่ามกลาง สถานะการแข่งขันที่รุนแรงได้	กลุ่มที่ 1	3.99	.757	1.424	.154
	กลุ่มที่ 2	3.83	.907		
5.5 กำหนดรูปแบบการ บริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กร เติบโต	กลุ่มที่ 1	3.93	.767	1.440	.151
	กลุ่มที่ 2	3.77	.853		
5.6 สามารถพัฒนาขีด ความสามารถในการแข่งขัน และความรู้ความสามารถให้ องค์กร	กลุ่มที่ 1	3.95	.805	2.155	.032
	กลุ่มที่ 2	3.70	.904		
5.7 มีความยืดหยุ่น สามารถ ปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้	กลุ่มที่ 1	4.05	.829	.879	.380
	กลุ่มที่ 2	3.95	.876		
5.8 มีความสามารถในการ บริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี	กลุ่มที่ 1	3.90	.807	2.382	.018
	กลุ่มที่ 2	3.63	.887		
5.9 ให้ความสำคัญกับ การพัฒนาความรู้ความสามารถ ของทรัพยากรมนุษย์	กลุ่มที่ 1	3.84	.860	2.047	.042
	กลุ่มที่ 2	3.59	.915		

ตารางที่ 4-41 (ต่อ)

ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กร	กลุ่มการเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
5.10 กำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร	กลุ่มที่ 1	3.69	.871	2.968	.003
	กลุ่มที่ 2	3.32	.967		
5.11 มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน	กลุ่มที่ 1	4.19	.801	2.990	.003
	กลุ่มที่ 2	3.85	.890		
5.12 มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน	กลุ่มที่ 1	4.23	.672	1.580	.116
	กลุ่มที่ 2	4.08	.706		
5.13 ให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching)	กลุ่มที่ 1	3.82	.825	2.361	.019
	กลุ่มที่ 2	3.53	.955		
5.14 เคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน	กลุ่มที่ 1	3.83	1.065	1.968	.050
	กลุ่มที่ 2	3.53	1.119		
รวม	กลุ่มที่ 1	3.99	.592	2.623	.009
	กลุ่มที่ 2	3.77	.655		

จากตารางที่ 4-41 พบว่า เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) โดยรวม มีค่าเท่ากับ .009 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อการมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต โดยใช้

สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .044 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโตแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุกโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .164 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุกแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .190 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กรแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางสถานะการแข่งขันที่รุนแรงได้ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .154 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางสถานะการแข่งขันที่รุนแรงได้แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .151 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโตแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและความรู้ความสามารถให้องค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .032 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผล

ทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านความสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและรู้ความสามารถในห้องครัวแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .380 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านมีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยีแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .042 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการกำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการกำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กรแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน โดยสถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .003 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อ

ปัจจัยย่อยด้านการมีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืนแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .116 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการมีความเชื่อมั่นในการกระทำของตนแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching) โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .019 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching) แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านเคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .050 ซึ่งมีค่า = .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านเคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อนแตกต่างกัน

4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/ สนับสนุนการเติบโตหรือไม่

ตารางที่ 4-42 การวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/สนับสนุนการเติบโต

ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/สนับสนุนการเติบโต	กลุ่มการเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
1. นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs	กลุ่มที่ 1	3.26	1.084	-.267	.789
	กลุ่มที่ 2	3.30	.982		
2. นโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ผู้บริหาร	กลุ่มที่ 1	3.23	.994	.384	.701
	กลุ่มที่ 2	3.17	.941		
3. นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต	กลุ่มที่ 1	3.27	1.100	.490	.624
	กลุ่มที่ 2	3.20	1.052		
4. มีการสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ	กลุ่มที่ 1	3.01	1.019	-.769	.443
	กลุ่มที่ 2	3.11	.900		
5. นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล	กลุ่มที่ 1	3.16	1.158	-.543	.588
	กลุ่มที่ 2	3.25	1.051		
6. มีการบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี	กลุ่มที่ 1	3.11	.994	.715	.475
	กลุ่มที่ 2	3.01	.977		
7. มีการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้เหมาะสม	กลุ่มที่ 1	3.19	1.048	.150	.881
	กลุ่มที่ 2	3.17	.870		
8. มีการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ	กลุ่มที่ 1	3.14	1.218	.212	.832
	กลุ่มที่ 2	3.11	1.133		

ตารางที่ 4-42 (ต่อ)

ปัจจัยด้านนโยบายและ สภาพแวดล้อมใน การประกอบการและดำเนิน ธุรกิจที่ส่งเสริม/ สนับสนุน การเติบโต	กลุ่ม การเติบโต	\bar{X}	SD	t	Sig. (2-tailed)
9. มีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือ ในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม	กลุ่มที่ 1	3.23	1.143	.608	.544
	กลุ่มที่ 2	3.14	1.093		
10. สามารถแก้ปัญหาทุจริต คอร์รัปชันและความโปร่งใสของ ระบบราชการ	กลุ่มที่ 1	3.05	1.382	.559	.577
	กลุ่มที่ 2	2.94	1.311		
11. กฎระเบียบในการสร้าง ความเป็นธรรมในการแข่งขัน	กลุ่มที่ 1	3.29	1.220	1.585	.114
	กลุ่มที่ 2	3.04	1.097		
12. กลไกภาครัฐสามารถลด การกีดกันทางการค้าขององค์กร ธุรกิจขนาดใหญ่ได้	กลุ่มที่ 1	3.13	1.234	1.196	.233
	กลุ่มที่ 2	2.93	1.197		
13. นโยบายสร้างความเป็นธรรม ในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้	กลุ่มที่ 1	3.36	1.060	1.127	.261
	กลุ่มที่ 2	3.20	.931		
14. นโยบายด้านนวัตกรรมและ การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ที่เหมาะสม	กลุ่มที่ 1	3.29	1.049	1.053	.293
	กลุ่มที่ 2	3.14	1.041		
15. มีกระบวนการนำผลวิจัยและ พัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก	กลุ่มที่ 1	3.05	1.203	.149	.882
	กลุ่มที่ 2	3.03	1.093		
รวม	กลุ่มที่ 1	3.19	.967	.587	.558
	กลุ่มที่ 2	3.11	.877		

จากตารางที่ 4-42 พบว่า เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/ สนับสนุนการเติบโต โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) โดยรวม มีค่าเท่ากับ .558 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/ สนับสนุนการเติบโตแตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .789 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs แตกต่างกัน วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหารโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .701 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหารแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโตโดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .624 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโตแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .443 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากลโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .588 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากลแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดีโดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .475 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดีแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม โดยใช้สถิติ independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .881 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสมแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .832 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .544 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสมแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสของระบบ

ราชการ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .577 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านสามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสของระบบราชการแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านกฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .114 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านกฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขันแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านกลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้ โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .233 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านกลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ โดยใช้สถิติ Independent Sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .261 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้แตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .293 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านนโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมแตกต่างกัน

วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของกลุ่มการเติบโตที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านมีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก โดยใช้สถิติ Independent sample t-test ในการทดสอบพบว่า ค่า Sig. (2-tailed) มีค่าเท่ากับ .882 ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หมายความว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยย่อยด้านมีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนา

ของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวกแตกต่างกัน

ตารางที่ 4-43 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มการเติบโตและปัจจัยด้านปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/สนับสนุนการเติบโตในส่วนของปัจจัยย่อยด้านการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

กลุ่มการเติบโต	การได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ			รวม	χ^2	Sig.
	ไม่ได้รับการส่งเสริม	ได้รับการส่งเสริม	ไม่ระบุ			
กลุ่มที่ 1	64	27	13	104	9.457	P = .009
กลุ่มที่ 2	88	17	5	110		
รวม	152	44	18	214		

จากตารางที่ 4-43 พบว่า ค่า P ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ .009 ซึ่งมีค่า $P < .05$ แสดงว่ากลุ่มการเติบโตมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/สนับสนุนการเติบโตในส่วนของปัจจัยย่อยด้านการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ด้านนวัตกรรมองค์กร/ด้านคุณลักษณะขององค์กร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการและ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือไม่ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรแตกต่างกันในภาพรวม

และกลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ด้านนวัตกรรมองค์กร/

ด้านคุณลักษณะขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในภาพรวม

อย่างไรก็ตาม พบว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร/ ด้านคุณลักษณะขององค์กร ในปัจจัยย่อยด้านการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ ด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ ด้านการมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร ด้านนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจ

และกลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของส่วนปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ในปัจจัยย่อยด้านการมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต ด้านความสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและความรู้ความสามารถในองค์กร ด้านการมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี ด้านการให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยย่อยด้านการกำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร ปัจจัยย่อยด้านการมีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน ปัจจัยย่อยด้านการให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching) ปัจจัยย่อยด้านเคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน

ส่วนที่ 4 สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้

สำหรับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้นั้น สามารถสรุปดังนี้

ตารางที่ 4-44 สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
1	เงินทุน/ แหล่งเงินทุน/ เงินลงทุน/ การเงิน/ การลงทุน/ ต้นทุน/ เงินกู้	46	
1.1	เงินทุน/ แหล่งเงินทุน/ เงิน ลงทุนในเทคโนโลยีการผลิต	21	<ol style="list-style-type: none"> 1. การให้โอกาสในการเข้าถึงแหล่ง เงินทุน โดยเฉพาะเงินทุนที่ไม่ต้องใช้ หลักทรัพย์ค้ำประกัน 2. หาแหล่งเงินทุนให้ 3. ให้มีความง่ายในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน 4. ลดขั้นตอนการเข้าถึงแหล่งทุน 5. ภาครัฐสนับสนุนและส่งเสริมด้าน เงินทุน 6. ภาครัฐสนับสนุนแหล่งเงินทุน
1.2	การเงิน/ เสถียรภาพทางการเงิน ของประเทศ/ อัตราการ แลกเปลี่ยน	7	<ol style="list-style-type: none"> 1. ควบคุมให้อัตราแลกเปลี่ยนอยู่ในระดับ ที่ไม่ต่ำกว่า 33 บาท
1.3	การลงทุน/ การส่งเสริมการ ลงทุน	5	<ol style="list-style-type: none"> 1. เชิญการลงทุนจากต่างชาติเข้ามาเพิ่มขึ้น เพื่อกระจายการลงทุนในวงกว้าง 2. ควรมีการสนับสนุนและมีการส่งเสริม การลงทุน 3. ให้มีผู้มาลงทุนในประเทศเพิ่มขึ้น 4. รัฐควรมีการส่งเสริม หาก SMEs มี การลงทุน เพื่อขยายขนาดของธุรกิจ (ปัจจุบันคือ ถ้า SME โตขึ้น จะโดนภาษี มากขึ้น) เมื่อเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่จะ มีความเสียเปรียบมาก เพราะธุรกิจ ขนาดใหญ่มีเอกสิทธิ์ทางภาษีมาก เช่น BOI

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
			5. รัฐบาลควรส่งเสริมด้านการลงทุนอย่างจริงจัง และเงื่อนไขน้อยที่สุด เพื่อ SMEs สามารถเข้าถึงกลไกการส่งเสริมดังกล่าวได้ง่าย
1.4	ค่าแรง/ ต้นทุนค่าแรง/ ค่าแรงขั้นต่ำ/ การจัดการต้นทุนด้านต่าง ๆ	11	1. ชลอการปรับค่าจ้างขั้นต่ำ 2. รัฐบาลควรศึกษา วิธีการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำ ให้เหมาะสม
1.5	เงินกู้ยืม/ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้	2	1. เข้าถึงอัตราดอกเบี้ยพิเศษจากภาครัฐ 2. จัดให้มีเงินกู้เพื่อธุรกิจขนาดย่อม 3. แหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยต่ำ..ระยะการผ่อนที่เกิน 10 ปี ถ้ามีหลักทรัพย์ค้ำประกัน 4. จัดให้มีงบประมาณกู้ยืมระยะยาวให้แก่ SME ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ 5. ควรมีการเปิดโอกาสให้กู้ยืมเพื่อลงทุน โดยไม่มีขั้นตอนยากเกินไป 6. ยืดหยุ่นในการวิเคราะห์การปล่อยกู้ของผู้ที่จะลงทุน
2	การสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ/ การสื่อสารข้อมูล/ กฎระเบียบภาครัฐ/ การติดต่อกับภาครัฐ/ ความโปร่งใสในระบบราชการ/ ภาษี/ มาตรการด้านภาษี	31	

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
2.1	การสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ/ การสื่อสารข้อมูลที่เหมาะสม/ การอุดหนุนจากภาครัฐ	7	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ และสนับสนุนให้ SME มีโอกาสเติบโต 2. ตั้งฐานข้อมูลที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีการปรับปรุงข้อมูลอย่างต่อเนื่อง 3. ภาครัฐในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสิ่งทอมากขึ้น เช่น มีการทำวิจัยและจัดสัมมนาให้ผู้ประกอบการมากขึ้น 4. การขอขยายโรงงานปัจจุบันทำได้ยากมาก กฎหมายผังเมืองต้องการให้โรงงานย้ายออกไปเนื่องจากชุมชนเติบโตขึ้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจขนาดเล็ก ย่อมไม่สามารถมีกำลังเพียงพอที่จะย้ายทั้งโรงงานออกไป เนื่องจากโรงงาน และที่ดินเองเป็นทรัพย์สินส่วนใหญ่ของทั้งบริษัทฯ การย้ายออกเหมือนกับการที่ต้องใช้เงินลงทุนใหม่ทั้งบริษัทฯ 5. จัดผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำและเป็นพี่ปรឹษา
2.2	กฎระเบียบภาครัฐ/ การติดต่อกับภาครัฐ/ การแก้ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสในระบบราชการ	8	<ol style="list-style-type: none"> 1. ลดขั้นตอนทางกฎหมาย 2. ลดขั้นตอนหรือการดำเนินการของภาครัฐ 3. ภาครัฐควรมีมาตรฐานที่ชัดเจน มิใช่ใช้ความรู้สึกจากบุคคลที่ปฏิบัติงานในการตัดสินใจ 4. ลดขั้นตอน ระเบียบ ในการดำเนินการ

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
			<p>5. อยากให้เร็วขึ้น+ออนไลน์ได้</p> <p>6. ให้สะดวกรวดเร็วไม่ใช้เวลานาน ไม่มีหลายขั้นตอนจนเกิดความสับสน</p> <p>7. ลดขั้นตอนและหน่วยงานของภาครัฐในการติดต่อประสานงานให้น้อยลง</p> <p>8. อย่าคอร์รัปชัน นำงบประมาณต่าง ๆ มาพัฒนาประเทศอย่างเต็มที่ เศรษฐกิจก็จะดีขึ้นตามลำดับเอง โดยรัฐช่วยสนับสนุนให้การดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจต่าง ๆ สะดวกรวดเร็วก็พอ</p> <p>9. กฎระเบียบต่าง ๆ ควรปรับให้ผู้ประกอบการสามารถใช้แรงงานต่างชาติได้อย่างถูกกฎหมายได้สะดวกขึ้น</p>
2.3	ภาษี/ มาตรการด้านภาษี	8	<p>1. ลดภาษี</p> <p>2. ลดภาษีให้กับธุรกิจที่มาลงทุนในประเทศไทย</p> <p>3. นโยบายในการลดหย่อนภาษีหรือยกเว้นต่าง ๆ</p> <p>4. มีการปรับลดภาษีให้แก่ SME</p> <p>5. ลดภาษี หรือนำการบริหารภาษีจากประเทศอื่นมาปรับ โครงสร้างภาษีทุกแบบในประเทศไทย</p>
2.4	เศรษฐกิจ/ เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ	8	<p>1. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้หมุนเวียน มีสภาพคล่องในการซื้อขาย</p>

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
3	บุคลากร/ แรงงาน/ ทรัพยากรมนุษย์/ แรงงานที่มีประสิทธิภาพ/ ความร่วมมือกับสถานศึกษา/ ความรู้ความสามารถของบุคลากร/ การพัฒนาบุคลากร/ ความรู้ความสามารถของบุคลากร	28	
3.1	บุคลากร/ แรงงาน/ ทรัพยากรมนุษย์/ แรงงานที่มีประสิทธิภาพ/ ความร่วมมือกับสถานศึกษาในการสร้างแรงงาน	15	<ol style="list-style-type: none"> 1. ภาครัฐควรมีการส่งเสริมแรงงานในธุรกิจที่ขาดแคลนแรงงาน 2. ส่งเสริมการรับแรงงานต่างด้าว
3.2	ความรู้ความสามารถของบุคลากร/ ความรู้ที่ใช้งานได้จริง/ ส่งเสริมความรู้ด้านต่าง ๆ/ ความรู้ในการบริหารธุรกิจ/ การบริหารงานในองค์กร/ การสร้างวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กร (Competency)	10	<ol style="list-style-type: none"> 1. เน้นเรื่องการศึกษา ซึ่งเป็นการศึกษาที่เข้าถึงการใช้งานจริงมากกว่าการศึกษาแต่หลักวิชาการ 2. คัดคนที่มีความสามารถเข้ามาพัฒนาองค์กร 3. อยากให้องค์กรมีการเพิ่มทักษะความรู้เฉพาะทางในการทำงานให้เพิ่มมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ และปลูกจิตสำนึกให้รักองค์กรของตนให้มากขึ้น 4. กำหนดเวลาเป็นและให้ความรู้กับบุคลากรให้รู้จริงก่อนนำมาเป็นบทสรุปตัดสินใจกิจการ

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
			5. ควรวางแผนและกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจ และการบริหารต้นทุนให้แข่งขันได้
3.3	การพัฒนาบุคลากร/ การฝึกอบรม/ การพัฒนา ศักยภาพบุคลากร (Training and development)	3	<ol style="list-style-type: none"> 1. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2. เพิ่มงบประมาณในการฝึกอบรมดูงาน 3. จัดให้มีการอบรม เพื่อส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในกฎระเบียบ การทำการค้าระหว่างกัน รวมไปถึงเจ้าหน้าที่/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องกระตุ้นและให้ความสนใจผลักดันผู้ประกอบการกว่านี้ 4. อบรมให้ความรู้ด้วยแนวทางที่เหมาะสม ให้ความรู้ที่ประยุกต์ต้องมีความรู้เพื่อไปปรับปรุงธุรกิจได้ 5. จัดการอบรมบุคลากรให้มีความสามารถเพิ่มขึ้น 6. มีการส่งเสริมด้านการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะสายงานและช่วยสนับสนุนให้พนักงานนั้นเป็นบุคลากรที่มีค่าสำหรับองค์กรและประเทศชาติต่อไป 7. การได้รับการฝึกอบรมจากหน่วยงานที่มีความรู้ความชำนาญ

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
4	การเข้าถึงตลาด/ การขยายตลาด/ การตลาด/ ความต้องการของตลาด/ การกำหนดราคา/ การผูกขาดทางการค้า/ ช่องทางการจัดจำหน่าย/ การส่งเสริมการส่งออก	25	
4.1	การเข้าถึงตลาด/ การขยายตลาด/ การตลาด/ ความต้องการของตลาด/ การกำหนดราคา	9	<ol style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการใช้สินค้าที่ผลิตในประเทศ เปิดโอกาสให้ SMEs ได้ทำความรู้จักหรือสร้าง Connection กับองค์กรเหล่านี้ มีการวิจัยถึงความต้องการของลูกค้า และให้องค์กรตอบสนองเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการให้สอดคล้องกับตลาด รัฐช่วยหาตลาดทั้งในและต่างประเทศ
4.2	การป้องกันการผูกขาดทางการค้า/ การส่งเสริมให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้/ การผูกขาดช่องทางการจัดจำหน่าย	6	<ol style="list-style-type: none"> ป้องกันการผูกขาดทางการค้า ให้ความเสมอภาคระหว่างวิสาหกิจขนาดใหญ่มกกับขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้แข่งขันกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ได้อย่างยุติธรรม ควรมีการแข่งขันอย่างเป็นธรรม มีการเข้ามาตรวจสอบ กีดกันสินค้าคุณภาพต่ำที่เข้ามาตีตลาด ตรวจสอบสัญชาติผู้ประกอบการไม่ให้มีผู้ประกอบการที่ไม่ใช่คนไทย ประกอบกิจการ โดยไม่ได้เสียภาษี และจดทะเบียนถูกต้อง

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
			<p>6. ป้องกันการผูกขาดของผู้ค้าปลีก รายใหญ่ที่จะผูกขาดช่องทางการจำหน่าย ที่จะทำให้ผู้ผลิตสินค้าอาจต้องเสียค่าใช้จ่าย เป็นต้นทุนถึง 30 เปอร์เซ็นต์ ในการจัดจำหน่ายในผู้ค้ารายใหญ่</p> <p>7. ออกกฎให้ SME แข่งขันกับรายใหญ่ หรือสนับสนุน</p> <p>8. องค์กรของรัฐให้ข้อมูลและความช่วยเหลือในด้านการค้ากับต่างประเทศ</p>
4.3	ช่องทางการจัดจำหน่าย/ การเข้าถึงลูกค้า (Marketing)/ การพัฒนาการขนส่ง	4	<p>1. จัดให้มีศูนย์กลางตัวแทนจำหน่าย สินค้าที่ง่ายต่อการติดต่อ</p> <p>2. เป็นผู้หาสินค้าที่มีราคาไม่สูง</p> <p>3. ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย</p> <p>4. ต้องมีการจัดบูทตามงานต่าง ๆ เพื่อเข้าหาลูกค้า</p>
4.4	การส่งเสริมการส่งออก	4	
5	เทคโนโลยีการผลิต/ การเข้าถึงเทคโนโลยี/ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต/ นวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าคู่แข่ง	13	

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
5.1	เทคโนโลยีการผลิต/ การเข้าถึงเทคโนโลยี/ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต/ การลดต้นทุนด้านเทคโนโลยี	5	1. จัดแสดงสนับสนุนเทคโนโลยีใหม่ๆ 2. ปรึกษาผู้บริหารเพื่อกระตุ้นการลงทุนเพื่อที่จะสามารถเพิ่มการผลิตในส่วนที่ยังไม่สามารถผลิตขึ้นได้ 3. รัฐควรสนับสนุนเครื่องจักรที่ผลิตในประเทศ 4. มีการส่งเสริมเทคโนโลยีให้นำเข้าได้ในราคาต่ำ
5.2	ไอเดียผลิตภัณฑ์ที่ต่างจากสินค้าทั่วไป/ Product Innovation/ นวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าคู่แข่ง	5	1. การปรับปรุงสินค้าเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้ 2. รัฐควรมีการส่งเสริมความรู้ทางด้านนวัตกรรมการผลิตด้านต่าง ๆ ให้กับ SME เพื่อนำไปปรับปรุงองค์กรของตนเอง
5.3	R&D	1	1. เพิ่มงบประมาณเพื่อการวิจัยและพัฒนา
5.4	การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์	2	1. ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันได้
6	การสร้างความร่วมมือ/ เครือข่าย/ International network/ การติดต่อกับต่างประเทศ	3	
6.1	การสร้างความร่วมมือ/ เครือข่าย/ International network/ การติดต่อกับต่างประเทศ	3	1. ลดการแข่งขันและร่วมเป็นสมาคม เพื่อมีอำนาจต่อรอง

ตารางที่ 4-44 (ต่อ)

ปัจจัยลำดับที่	ปัจจัยด้านที่ต้องการให้มีการส่งเสริมสนับสนุน	จำนวน (ราย)	ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ
			2. จัดทำ Cluster ที่เกี่ยวข้อง ทั้งต้นน้ำ ปลายน้ำ ให้มีการใช้เทคโนโลยี วัตถุประสงค์ผลิต การได้เปรียบด้านภาษีร่วมกัน จัดทำเป็นข้อบังคับ แสดงให้เห็นถึง Outcome ที่เป็นผลบวกออกมา มีที่เลี้ยงให้คำปรึกษาในการ Integrate benefit ร่วมกัน
7	อื่น ๆ	5	
7.1	สภาพแวดล้อม/ สิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ/ เสถียรภาพทางการเมือง	5	1. มีนโยบายทางการเมืองที่โปร่งใสชัดเจน 2. ทางบริษัทมีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม โดยมีการจัดทำโครงการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เพื่อพัฒนาและสร้างคุณค่าให้กับชุมชน พนักงาน และลูกค้า

จากตารางที่ 4-44 สามารถสรุปได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้ ประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย คือ

อันดับที่ 1 คือ ปัจจัยด้านเงินทุน/ แหล่งเงินทุน/ เงินลงทุน/ การเงิน/ การลงทุน/ ต้นทุน/ เงินกู้ จำนวน 46 ราย

อันดับที่ 2 คือ ปัจจัยการสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ/ การสื่อสารข้อมูล/ กฎระเบียบภาครัฐ/ การติดต่อกับภาครัฐ/ ความโปร่งใสในระบบราชการ/ ภาษี/มาตรการด้านภาษี

อันดับที่ 3 คือ ปัจจัยด้านค่าแรง/ ต้นทุนค่าแรง/ ค่าแรงขั้นต่ำ/ การจัดการต้นทุนด้านต่าง ๆ จำนวน 31 ราย

อันดับที่ 4 คือ ปัจจัยด้านบุคลากร/ แรงงาน/ ทรัพยากรมนุษย์/ แรงงานที่มีประสิทธิภาพ/

ความร่วมมือกับสถานศึกษา/ ความรู้ความสามารถของบุคลากร/ การพัฒนาบุคลากร/ ความรู้ความสามารถของบุคลากร จำนวน 28 ราย

อันดับที่ 5 คือ ปัจจัยการเข้าถึงตลาด/ การขยายตลาด/ การตลาด/ ความต้องการของตลาด/ การกำหนดราคา/ การผูกขาดทางการค้า/ ช่องทางการจัดจำหน่าย/ การส่งเสริมการส่งออก จำนวน 25 ราย

อันดับที่ 6 คือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต/ การเข้าถึงเทคโนโลยี/ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต/ นวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าคู่แข่ง จำนวน 13 ราย

อันดับที่ 7 คือ ปัจจัยด้านการสร้างความร่วมมือ/ เครือข่าย/ International network/ การติดต่อกับต่างประเทศ จำนวน 3 ราย

โดยมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีผู้เสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่ สภาพแวดล้อม/ สิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ/ เสถียรภาพทางการเมือง จำนวนรวม 5 ราย

ส่วนที่ 5 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตมีความแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่หรือไม่มีการเติบโต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จำแนกปัจจัยที่ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตมีความแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่หรือไม่มีการเติบโต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis) แบบวิธีการนำตัวแปรอิสระเข้ามาในสมการทุกตัวแปร (Enter independents together)

การแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำตัวแปรปัจจัยที่มีความแตกต่างกันระหว่างกลุ่มการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ซึ่งมีผลต่อการจำแนกกลุ่มแต่ยังไม่สามารถระบุได้ว่า ตัวแปรใดมีน้ำหนักในการจำแนกกลุ่มได้มากน้อยเพียงใด โดยได้นำตัวแปรทั้งหมด ได้แก่ ด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (POL) ด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG) ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล (MKT) ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT) ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO) และด้านคุณสมบัติของ

ผู้ประกอบการและ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR) มาทำการวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis) แบบวิธีการนำตัวแปรอิสระเข้ามาในสมการทุกตัวแปร (Enter independents together) เพื่อศึกษาว่าตัวแปรใดบ้างที่ให้ค่าน้ำหนักในการจำแนกกลุ่มการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ปรากฏผลดังแสดงในตารางที่ 4-45

ตารางที่ 4-45 การทดสอบค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่จำแนกกลุ่มการเติบโตกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง และกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต

ตัวแปร	Wilks' Lambda	Sig.
ด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ทำการเติบโตสูง (POL)	1.000	0.930
ด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS)	0.987	0.100
ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG)	0.968	0.009*
ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล (MKT)	0.990	0.141
ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT)	0.980	0.040*
ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO)	0.977	0.028*
ด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการและ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR)	0.964	0.005*

*นัยสำคัญระดับ .05

จากตารางที่ 4-45 พบว่า มีค่าเฉลี่ยด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG) (Sig. = 0.009) ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT) (Sig. = 0.040) ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO) (Sig. = 0.028) และด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR) (Sig. = 0.005) ใน 2 กลุ่มตัวอย่างที่จำแนกไว้มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่าง มีค่าเฉลี่ยไม่แตกต่างกันในตัวแปรด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ทำการเติบโตสูง (POL) (Sig. = 0.930) ด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) (ค่า sig. = 0.100) และด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล (MKT) (ค่า sig. = 0.141) ดังนั้น ตัวแปรที่จะนำไปสร้างสมการวิเคราะห์

ด้วยวิธีการนำตัวแปรอิสระเข้ามาในสมการทุกตัวแปร (Enter independents together) ในขั้นต่อไป ได้แก่ ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG) ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT) ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO) และด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR)

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการจำแนก

การวิเคราะห์ข้อมูลในตอนนี้นำตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร ที่ผ่านการยืนยันว่าสามารถใช้ในการแบ่งกลุ่มการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มเติบโตสูงและกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มาเปรียบเทียบกับลำดับความสำคัญของตัวแปรแต่ละตัวตามน้ำหนักในการจำแนก ปรากฏผลดังแสดงในตารางที่ 4-46

ตารางที่ 4-46 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการจำแนกกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโต กลุ่มที่มีแนวโน้มเติบโตสูงและกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร
ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG)	0.289
ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT)	0.093
ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO)	0.226
ด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการและ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR)	0.655
ค่าเฉลี่ยของสมการจำแนกกลุ่ม กลุ่มการเติบโตกลุ่มที่มีแนวโน้มเติบโตสูง = 0.305 กลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต = -0.282	

จากตารางที่ 4-46 พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลในการจำแนกกลุ่มการเติบโตกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีแนวโน้มเติบโตสูงและกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโตออกจากกันได้ โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในการจำแนกจากมากไปน้อย คือ ด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR)

ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG) ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO) และด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT) ซึ่งได้สมการจำแนกกลุ่ม (Discriminant function) ของกลุ่มการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีแนวโน้มเติบโตสูงและกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต 1 มิติ ได้ดังนี้

$$Y = 0.655(ENTR) + 0.289(ORG) + 0.226(INNO) + 0.093(MGT)$$

ค่าสถิติที่ใช้ในการประเมินสมการจำแนก

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาผลการประเมินสมการจำแนก หลังจากการได้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรในสมการจำแนกเรียบร้อยแล้ว เพื่อยืนยันว่าสมการจำแนกสามารถนำไปพยากรณ์ได้ ปรากฏผลดังแสดงในตารางที่ 4-47

ตารางที่ 4-47 สถิติที่ใช้ในการประเมินสมการจำแนกกลุ่มการเติบโตของกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีแนวโน้มเติบโตสูงและกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต

Wilks' Lambda				
Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	0.920	17.190	7.000	0.016

จากตารางที่ 4-47 แสดงการทดสอบสมการจำแนกกลุ่ม พบว่าสมการจำแนกกลุ่มสามารถจำแนกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งจากการวิเคราะห์เห็นได้ว่าสมการมีนัยสำคัญ ($.016 < .05$) นั้นแสดงว่า สมการที่ได้จากการวิเคราะห์จำแนกกลุ่มสามารถจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มได้

การสร้างสมการจำแนกกลุ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรมาเขียนสมการจำแนกกลุ่มในรูปของคะแนนดิบ และสมการจำแนกโดยแยกเป็นกลุ่ม ตามวิธีของ Fisher's ปรากฏผลดังแสดงในตารางที่ 4-48 และ 4-49

ตารางที่ 4-48 ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำแนกในสมการจำแนกกลุ่มในรูปคะแนนดิบ

Canonical discriminant function coefficients	
ตัวแปร	Function
	1
ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG)	0.282
ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT)	0.113
ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO)	0.256
ด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR)	0.707
(Constant)	-2.119

จากตารางที่ 4-48 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำแนกในสมการจำแนกกลุ่มในรูปคะแนนดิบ พบว่า จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$Y = -2.119 + 0.707(ENTR) + 0.282(ORG) + 0.256(INNO) + 0.113(MGT)$$

ตารางที่ 4-49 ค่าสัมประสิทธิ์ (ค่าน้ำหนัก) และค่าคงที่ของสมการจำแนกโดยแยกเป็นกลุ่ม ตามวิธีของ Fisher's (Fisher's linear discrimination function)

Classification function coefficients		
ตัวแปร	กลุ่มที่	
	1	2
ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG)	0.564	0.398
ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT)	3.239	3.173
ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO)	1.249	1.099
ด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR)	1.577	1.162
(Constant)	-15.077	-13.827

จากตารางที่ 4-49 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ (ค่าน้ำหนัก) และค่าคงที่ของสมการจำแนกโดยแยกเป็นกลุ่ม ตามวิธีของ Fisher's (Fisher's linear discrimination function) พบว่า จำนวนสมการจะมีเท่ากับจำนวนกลุ่ม (ในกรณีนี้มี 2 สมการ) จากผลการวิเคราะห์จะได้สมการ ดังนี้

สมการกลุ่มที่ 1 (กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มเติบโตสูง)

$$Y_1 = -15.077 + 3.239(\text{MGT}) + 1.577(\text{ENTR}) + 1.249(\text{INNO}) + 0.564(\text{ORG})$$

และสมการกลุ่มที่ 2 (กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต)

$$Y_2 = -13.827 + 3.173(\text{MGT}) + 1.162(\text{ENTR}) + 1.099(\text{INNO}) + 0.398(\text{ORG})$$

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพยากรณ์หน่วยวิเคราะห์ว่าควรจัดให้อยู่กลุ่มใด โดยการแทนค่าตัวแปรอิสระในด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT) ด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR) ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO) และด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG) ของหน่วยวิเคราะห์นั้น ๆ ลงในทั้ง 2 สมการ ถ้าสมการใดมีค่ามากกว่าก็จัดอยู่ในกลุ่มนั้น

การตรวจสอบและพิจารณาความน่าเชื่อถือของสมการจำแนกกลุ่ม

ตารางที่ 4-50 ประสิทธิภาพของสมการจำแนกกลุ่ม

Classification results ^a					
Group			Predicted group membership		Total
			1	2	
Original	Count	กลุ่ม 1	67	35	102
		กลุ่ม 2	41	69	110
	%	กลุ่ม 1	65.70	34.30	100
		กลุ่ม 2	37.30	62.70	100

หมายเหตุ a = 62.2% of original grouped cases correctly classified

จากตารางที่ 4-50 พบว่า ในกลุ่มที่ 1 เดิมมี 102 ราย จากการทำนาย (จำแนก) โดยใช้สมการจำแนกประเภท พบว่า ทำนายได้ถูกต้อง 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 65.70 ในกลุ่มที่ 2 เดิมมี 110 ราย จากการทำนาย (จำแนก) โดยใช้สมการจำแนกประเภท พบว่า ทำนายได้ถูกต้อง 76 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.70 เมื่อคิดรวมทั้งหมด (ทั้ง 212 ราย) สามารถจำแนกกลุ่มได้ถูกต้องร้อยละ 64.15 ($67+69 = 136$ ราย)

ส่วนที่ 6 โมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

การตรวจสอบโมเดลการวัด (Measurement model) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA)

ผู้วิจัยทำการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัด ด้วยวิธีวิเคราะห์ห้อยค์ประกอบเชิงยืนยัน ในแต่ละองค์ประกอบ ซึ่งจะแสดงถึงว่าตัวแปรแฝง หรือองค์ประกอบแต่ละตัวสามารถอธิบายคุณลักษณะการวัด หรือความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้หรือตัวชี้วัดได้หรือไม่ สามารถแสดงผลในแต่ละองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. **องค์ประกอบในระดับมหภาค (MACRO)** ด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง ประกอบไปด้วย 15 ตัวแปรสังเกตได้ คือ

ตัวแปรสังเกตได้ X1 แทน นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs (POL1)

ตัวแปรสังเกตได้ X2 แทน นโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร (POL2)

ตัวแปรสังเกตได้ X3 แทน นโยบายด้านการคลัง/ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต (POL3)

ตัวแปรสังเกตได้ X4 แทน การสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ (POL4)

ตัวแปรสังเกตได้ X5 แทน นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล (POL5)

ตัวแปรสังเกตได้ X6 แทน การบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี (POL6)

- ตัวแปรสังเกตได้ X7 แทน การบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้
อย่างเหมาะสม (POL7)
- ตัวแปรสังเกตได้ X8 แทน การดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ
(POL8)
- ตัวแปรสังเกตได้ X9 แทน การให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
(POL9)
- ตัวแปรสังเกตได้ X10 แทน ความสามารถในการแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและ
ความโปร่งใสของระบบราชการ (POL10)
- ตัวแปรสังเกตได้ X11 แทน กฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน
(POL11)
- ตัวแปรสังเกตได้ X12 แทน กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กร
ธุรกิจขนาดใหญ่ได้ (POL12)
- ตัวแปรสังเกตได้ X13 แทน นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้
(POL13)
- ตัวแปรสังเกตได้ X14 แทน นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและ
พัฒนาที่เหมาะสม (POL14)
- ตัวแปรสังเกตได้ X15 แทน กระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้
ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก (POL15)

ตารางที่ 4-51 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุน
 วิชาศึกษานาถกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15
X1	1.000														
X2	.814*	1.000													
X3	.823*	.777*	1.000												
X4	.617*	.711*	.673*	1.000											
X5	.648*	.692*	.713*	.761*	1.000										
X6	.644*	.656*	.692*	.655*	.766*	1.000									
X7	.616*	.690*	.673*	.669*	.749*	.786*	1.000								
X8	.593*	.588*	.630*	.621*	.646*	.691*	.704*	1.000							
X9	.643*	.629*	.683*	.638*	.706*	.717*	.727*	.817*	1.000						
X10	.520*	.563*	.616*	.589*	.588*	.654*	.678*	.695*	.697*	1.000					
X11	.574*	.593*	.663*	.642*	.703*	.695*	.698*	.754*	.761*	.838*	1.000				
X12	.655*	.674*	.703*	.647*	.700*	.730*	.719*	.712*	.775*	.774*	.828*	1.000			
X13	.610*	.619*	.658*	.667*	.681*	.678*	.742*	.715*	.731*	.682*	.768*	.777*	1.000		
X14	.626*	.634*	.665*	.683*	.717*	.731*	.741*	.723*	.751*	.694*	.771*	.798*	.889*	1.000	
X15	.604*	.633*	.683*	.682*	.746*	.731*	.749*	.732*	.769*	.776*	.776*	.808*	.813*	.897*	1.000

KMO = .946, Bartlett's test of sphericity: Approx. chi-square = 675.06, df = 90, p = .000

หมายเหตุ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-52 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ_i) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE_{λ_i}) และค่าความเที่ยง (R^2) ของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันชั้นขององค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

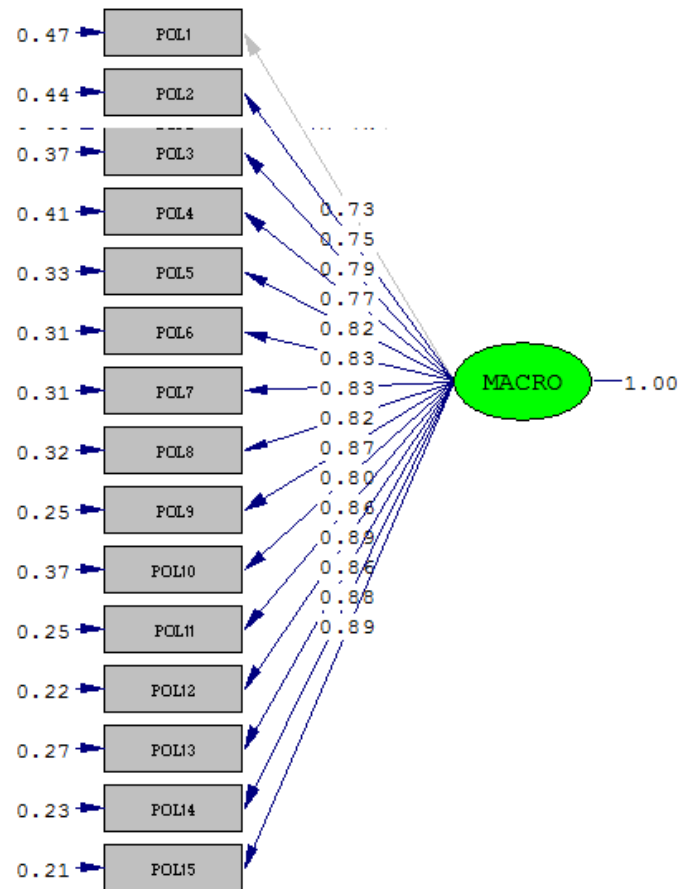
ด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (MACRO)	น้ำหนักองค์ประกอบ (λ_i)	ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE_{λ_i})	ค่าทดสอบนัยสำคัญ (t)	ความเที่ยง (R^2)
POL1	0.727*	-	-	0.529
POL2	0.748*	0.057	16.867	0.560
POL3	0.793*	0.063	17.971	0.630
POL4	0.768*	0.088	11.275	0.590
POL5	0.821*	0.100	12.097	0.675
POL6	0.828*	0.089	12.210	0.686
POL7	0.833*	0.087	12.275	0.693
POL8	0.825*	0.106	12.149	0.680
POL9	0.865*	0.101	12.799	0.749
POL10	0.795*	0.122	11.665	0.632
POL11	0.864*	0.105	12.765	0.747
POL12	0.885*	0.110	13.105	0.784
POL13	0.856*	0.091	12.629	0.732
POL14	0.880*	0.094	13.059	0.774
POL15	0.887*	0.104	13.147	0.788
ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability: ρ_c) = 0.991				
ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกลบทิ้งได้ (Average variance extracted: ρ_v) = 0.715				

*p < .05

จากตารางที่ 4-52 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงของแต่ละตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ทำให้ได้รับค่าต่าง ๆ ดังนี้

1. ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading: λ_i) ของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 15 ตัวแปร พบว่า มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.727-0.887 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ทุก ๆ ตัวแปร
2. ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error: SE_{λ_i}) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้ง 15 ตัวแปรสังเกตได้ มีค่าตั้งแต่ 0.057-0.122
3. ค่าการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (t-values) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ทั้ง 15 ตัวแปรสังเกตได้ มีค่าตั้งแต่ 11.275-17.971
4. ค่า Square multiple correlation: (R^2) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ทั้ง 15 ตัวแปรสังเกตได้ มีค่าตั้งแต่ 0.529-0.788
5. ความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability: ρ_c) แสดงถึงความตรงในการรวมตัว (Convergent validity) ซึ่งหมายถึง สัดส่วนความแปรปรวนร่วมกันของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดในตัวแปรแฝงเดียวกัน มีค่าเท่ากับ 0.991 ซึ่งมีค่ามากกว่า .60
6. ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average variance extracted: ρ_v) เป็นค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรแฝง เมื่อเทียบกับความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนในการวัด มีค่าเท่ากับ 0.715 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรแฝงด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงทั้ง 15 ตัวแปรสังเกตได้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ร้อยละ 71.56

สามารถแสดงโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง ดังภาพที่ 4-1 ดังนี้



Chi-Square=74.95, df=70, P-value=0.32112, RMSEA=0.018

ภาพที่ 4-1 โมเดลการวัดองค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

ในการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัด โดยหาค่าดัชนีความเหมาะสมพอดีของโมเดล (Goodness of fit indices) สามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 4-53

ตารางที่ 4-53 ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลบ่งชี้
1. χ^2	74.95	-	-
2. df	70	-	-
3. p	0.321	$p > .05$	เหมาะสมดี
4. χ^2/df	1.070	$\chi^2/df < 2.00$	เหมาะสมดี
5. RMSEA	0.058	$RMSEA < .05$	เหมาะสมดี
6. NFI	0.993	$NFI > .90$	เหมาะสมดี
7. NNFI	0.999	$NNFI > .90$	เหมาะสมดี
8. CFI	0.999	$CFI > .90$	เหมาะสมดี
9. RMR	0.025	$RMR < .05$	เหมาะสมดี
10. SRMR	0.021	$SRMR < .05$	เหมาะสมดี
11. GFI	0.955	$GFI > .90$	เหมาะสมดี
12. AGFI	0.923	$AGFI > .90$	เหมาะสมดี
13. PGFI	0.557	$PGFI > .49$	เหมาะสมดี

จากตารางที่ 4-53 ซึ่งแสดงค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง ซึ่งวัดได้จาก 15 ตัวแปรสังเกตได้ สรุปว่า โมเดลการวัดด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง สามารถอธิบายคุณลักษณะการวัดหรือความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร และเหมาะสมสอดคล้องดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. องค์ประกอบในระดับองค์กร (FIRM) ด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย คือ

1. ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG) ประกอบไปด้วย 6 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวแปรสังเกตได้ X1 แทน การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/ หรือบริการ (ORG1)

ตัวแปรสังเกตได้ X2 แทน การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า (ORG2)

ตัวแปรสังเกตได้ X3 แทน นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive) (ORG3)

ตัวแปรสังเกตได้ X4 แทน การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนาบุคลากร เป็นต้น (ORG4)

ตัวแปรสังเกตได้ X5 แทน การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ (ORG5)

ตัวแปรสังเกตได้ X6 แทน การบริหารจัดการและปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร (ORG6)

2. ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล (MKT) ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ

ตัวแปรสังเกตได้ X7 แทน การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ (MKT1)

ตัวแปรสังเกตได้ X8 แทน การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาฐานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น ใหม่ ๆ (MKT2)

ตัวแปรสังเกตได้ X9 แทน การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ (MKT3)

3. ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT) ประกอบไปด้วย 11 ตัวแปรสังเกตได้ คือ

ตัวแปรสังเกตได้ X10 แทน ระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัว (MGT1)

ตัวแปรสังเกตได้ X11 แทน องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของกลุ่มแข่ง (MGT2)

ตัวแปรสังเกตได้ X12 แทน ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร (MGT3)

ตัวแปรสังเกตได้ X13 แทน ระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ (MGT4)

ตัวแปรสังเกตได้ X14 แทน แผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน (MGT5)

ตัวแปรสังเกตได้ X15 แทน บุคลากรมีความรู้ความสามารถและทักษะการปฏิบัติงาน (MGT6)

ตัวแปรสังเกตได้ X16 แทน การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต (MGT7)

ตัวแปรสังเกตได้ X17 แทน การประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ (MGT8)

ตัวแปรสังเกตได้ X18 แทน การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ (MGT9)

ตัวแปรสังเกตได้ X19 แทน ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน (MGT10)

ตัวแปรสังเกตได้ X20 แทน ระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง (MGT11)

4. ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO) ประกอบไปด้วย 9 ตัวแปรสังเกตได้ คือ

ตัวแปรสังเกตได้ X21 แทน การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร (INNO1)

ตัวแปรสังเกตได้ X22 แทน การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า (INNO2)

ตัวแปรสังเกตได้ X23 แทน การมีหน่วยงานหรือ โครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร (INNO3)

ตัวแปรสังเกตได้ X24 แทน การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง (INNO4)

ตัวแปรสังเกตได้ X25 แทน สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ (INNO5)

ตัวแปรสังเกตได้ X26 แทน การมีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) (INNO6)

ตัวแปรสังเกตได้ X27 แทน การมีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation) (INNO7)

ตัวแปรสังเกตได้ X28 แทน การมีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) (INNO8)

ตัวแปรสังเกตได้ X29 แทน การมีการมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตร (INNO9)

ตารางที่ 4-54 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29
X1	1.000																												
X2	.403*	1.000																											
X3	.441*	.347*	1.000																										
X4	.424*	.307*	.608*	1.000																									
X5	.370*	.262*	.503*	.636*	1.000																								
X6	.318*	.301*	.454*	.608*	.700*	1.000																							
X7	.328*	.247*	.484*	.517*	.357*	.506*	1.000																						
X8	.306*	.166*	.474*	.537*	.364*	.464*	.801*	1.000																					
X9	.335*	.168*	.392*	.467*	.370*	.428*	.728*	.762*	1.000																				
X10	.532*	.305*	.556*	.380*	.481*	.366*	.418*	.386*	.401*	1.000																			
X11	.412*	.225*	.529*	.420*	.523*	.515*	.466*	.473*	.532*	.595*	1.000																		
X12	.445*	.310*	.490*	.385*	.444*	.398*	.400*	.348*	.370*	.545*	.660*	1.000																	
X13	.408*	.393*	.536*	.481*	.629*	.522*	.421*	.431*	.427*	.625*	.632*	.593*	1.000																
X14	.367*	.333*	.558*	.572*	.612*	.572*	.515*	.529*	.521*	.561*	.656*	.600*	.749*	1.000															
X15	.452*	.345*	.511*	.455*	.592*	.474*	.424*	.459*	.412*	.665*	.541*	.607*	.707*	.644*	1.000														
X16	.405*	.299*	.530*	.562*	.537*	.572*	.508*	.508*	.438*	.560*	.588*	.511*	.627*	.676*	.634*	1.000													
X17	.455*	.432*	.592*	.589*	.638*	.573*	.532*	.539*	.489*	.617*	.628*	.592*	.729*	.683*	.739*	.729*	1.000												
X18	.351*	.210*	.544*	.465*	.595*	.472*	.388*	.425*	.371*	.507*	.561*	.543*	.589*	.528*	.606*	.636*	.710*	1.000											
X19	.307*	.259*	.340*	.397*	.282*	.392*	.445*	.489*	.447*	.378*	.430*	.327*	.485*	.480*	.416*	.401*	.427*	.424*	1.000										

ตารางที่ 4-54 (ต่อ)

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29
X20	.306*	.199*	.376*	.430*	.376*	.378*	.360*	.338*	.332*	.471*	.432*	.398*	.463*	.478*	.437*	.400*	.440*	.490*	.694*	1.000									
X21	.423*	.313*	.593*	.561*	.537*	.601*	.544*	.556*	.498*	.531*	.593*	.594*	.673*	.652*	.571*	.664*	.670*	.593*	.528*	.509*	1.000								
X22	.367*	.217*	.544*	.554*	.581*	.532*	.501*	.571*	.495*	.485*	.554*	.551*	.569*	.578*	.579*	.601*	.620*	.594*	.441*	.406*	.735*	1.000							
X23	.293*	.162*	.457*	.576*	.411*	.503*	.551*	.695*	.627*	.413*	.549*	.410*	.498*	.582*	.439*	.526*	.556*	.456*	.513*	.392*	.662*	.695*	1.000						
X24	.185*	0.113	.474*	.487*	.384*	.473*	.549*	.647*	.594*	.391*	.527*	.421*	.534*	.590*	.427*	.497*	.524*	.506*	.513*	.428*	.649*	.683*	.879*	1.000					
X25	.228*	.135*	.453*	.505*	.416*	.498*	.494*	.602*	.569*	.410*	.531*	.433*	.568*	.564*	.449*	.491*	.540*	.494*	.480*	.441*	.660*	.732*	.816*	.864*	1.000				
X26	.328*	.214*	.473*	.534*	.455*	.516*	.531*	.627*	.565*	.428*	.623*	.550*	.609*	.607*	.503*	.601*	.588*	.566*	.486*	.447*	.720*	.697*	.743*	.757*	.760*	1.000			
X27	.391*	.211*	.525*	.545*	.526*	.532*	.469*	.541*	.471*	.461*	.592*	.509*	.602*	.596*	.537*	.610*	.638*	.624*	.454*	.454*	.683*	.645*	.650*	.665*	.610*	.842*	1.000		
X28	.357*	.292*	.523*	.527*	.495*	.513*	.491*	.544*	.512*	.453*	.627*	.541*	.658*	.625*	.560*	.629*	.674*	.606*	.444*	.417*	.712*	.635*	.645*	.668*	.689*	.846*	.837*	1.000	
X29	.267*	0.127	.429*	.469*	.435*	.649*	.575*	.610*	.562*	.392*	.499*	.335*	.492*	.469*	.423*	.460*	.462*	.420*	.454*	.396*	.580*	.557*	.628*	.648*	.653*	.689*	.647*	.609*	1.000

KMO = .942, Bartlett's test of sphericity: Approx. chi-square = 1336.72, df = 371, p = .000

หมายเหตุ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-55 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ_i) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE_{λ_i}) และค่าความเที่ยง (R^2) ของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันชั้นขององค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM)	น้ำหนักองค์ประกอบ (λ_i)	ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE_{λ_i})	ค่าทดสอบนัยสำคัญ (t)	ความเที่ยง (R^2)
ด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG)				
X1	0.545*	-	-	0.297
X2	0.419*	0.115	5.817	0.175
X3	0.785*	0.199	7.833	0.616
X4	0.770*	0.247	7.899	0.593
X5	0.710*	0.210	7.357	0.504
X6	0.791*	0.259	7.450	0.626
ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล (MKT)				
X7	0.874*	-	-	0.764
X8	0.919*	0.060	18.840	0.844
X9	0.831*	0.063	16.068	0.690
ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT)				
X10	0.684*	-	-	0.468
X11	0.754*	0.129	10.641	0.569
X12	0.679*	0.108	9.656	0.461
X13	0.833*	0.112	11.643	0.695
X14	0.847*	0.134	11.712	0.718
X15	0.781*	0.094	12.402	0.611
X16	0.805*	0.113	11.312	0.648

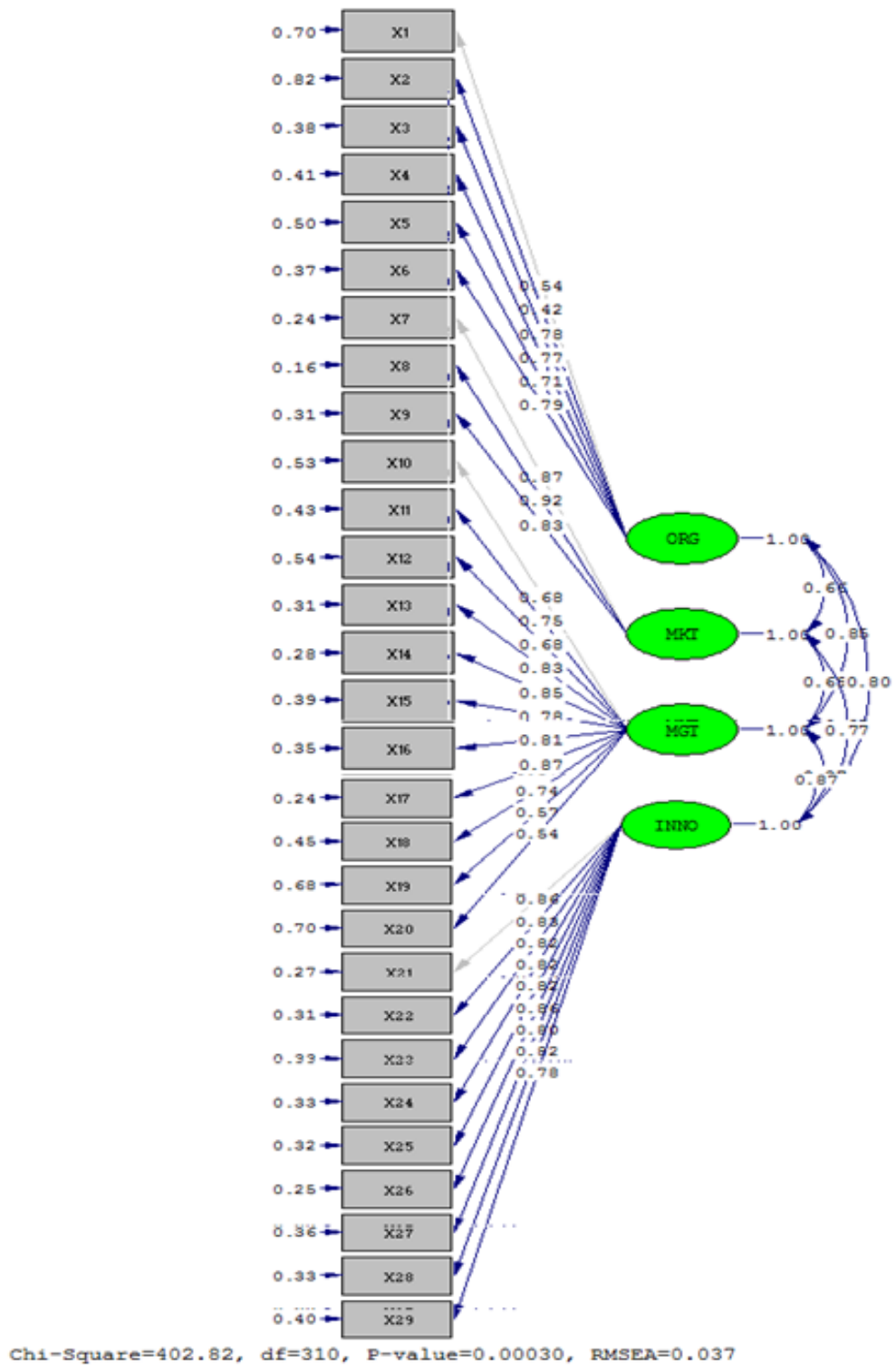
ตารางที่ 4-55 (ต่อ)

ด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์ และ ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโต ของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM)	น้ำหนัก องค์ประกอบ (λ_i)	ค่า คลาดเคลื่อน มาตรฐาน (SE λ_i)	ค่าทดสอบ นัยสำคัญ (t)	ความเที่ยง (R ²)
X17	0.874*	0.107	12.084	0.763
X18	0.743*	0.118	10.341	0.553
X19	0.568	0.119	8.076	0.323
X20	0.544	0.104	8.508	0.296
ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO)				
X21	0.855*	-	-	0.732
X22	0.829*	0.069	15.512	0.687
X23	0.819*	0.079	15.397	0.672
X24	0.820*	0.082	15.362	0.672
X25	0.824*	0.085	15.421	0.679
X26	0.864*	0.080	16.827	0.747
X27	0.803*	0.076	14.764	0.645
X28	0.816*	0.075	15.176	0.665
X29	0.776*	0.109	12.402	0.602
ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability: ρ_c) = 0.994				
ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average variance extracted: ρ_v) = 0.081				

*p < .05

จากตารางที่ 4-55 ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตของแต่ละตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ทำให้ได้รับค่าต่าง ๆ ดังนี้

1. ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading: λ_i) ของตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร พบว่า มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.419-0.919 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ทุก ๆ ตัวแปร
 2. ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error: SE_{λ_i}) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 0.060-0.259
 3. ค่าการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (t-values) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 4 ตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 5.817-18.840
 4. ค่า Square multiple correlation: (R^2) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ 4 ตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 0.296-0.844
 5. ความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability: ρ_c) แสดงถึงความตรงในการรวมตัว (Convergent validity) ซึ่งหมายถึง สัดส่วนความแปรปรวนร่วมกันของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดในตัวแปรแฝงเดียวกัน มีค่าเท่ากับ 0.994 ซึ่งมีค่ามากกว่า .60
 6. ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average variance extracted: ρ_v) เป็นค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรแฝง เมื่อเทียบกับความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนในการวัด มีค่าเท่ากับ 0.081 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรแฝงด้านด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต 4 ตัวแปรสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ร้อยละ 8.09
- สามารถแสดงโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ดังภาพที่ 4-2 ดังนี้



ภาพที่ 4-2 โมเดลการวัดองค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ในการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัด โดยหาค่าดัชนีความเหมาะสมพอดีของโมเดล (Goodness of fit indices) สามารถแสดงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4-56 ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลบ่งชี้
1. χ^2	402.82	-	-
2. df	310	-	-
3. p	0.000	$p > .05$	ไม่เหมาะสมดี
4. χ^2/df	1.299	$\chi^2/df < 2.00$	เหมาะสมดี
5. RMSEA	0.037	RMSEA < .05	เหมาะสมดี
6. NFI	0.983	NFI > .90	เหมาะสมดี
7. NNFI	0.994	NNFI > .90	เหมาะสมดี
8. CFI	0.995	CFI > .90	เหมาะสมดี
9. RMR	0.0457	RMR < .05	เหมาะสมดี
10. SRMR	0.0457	SRMR < .05	เหมาะสมดี
11. GFI	0.886	GFI > .90	เหมาะสมพอใช้ได้
12. AGFI	0.840	AGFI > .90	เหมาะสมพอใช้ได้
13. PGFI	0.631	PGFI > .49	เหมาะสมดี

จากตารางที่ 4-56 ซึ่งแสดงโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันหรือโมเดลการวัดขององค์ประกอบด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ซึ่งวัดได้จาก 4 ตัวแปร สรุปว่า โมเดลการวัดด้านปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตสามารถอธิบายคุณลักษณะการวัดหรือความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร และเหมาะสมสอดคล้องดีกับข้อมูลเชิงประจักษ์

3. องค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและหรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) ประกอบไปด้วย 14 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวแปรสังเกตได้ ENTR1 แทน การมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิด

การเติบโต

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR2 แทน การกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุก

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR3 แทน การมีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อ

การบริหารจัดการองค์กร

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR4 แทน ความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลาง

สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงได้

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR5 แทน การกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้

องค์กรเติบโต

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR6 แทน ความสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน

และความรู้ความสามารถให้องค์กร

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR7 แทน การมีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์

(Dynamic capability) ได้

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR8 แทน การมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด

และ/ หรือเทคโนโลยี

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR9 แทน การให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถ

ของทรัพยากรมนุษย์

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR10 แทน การกำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงาน

เพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR11 แทน การมีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR12 แทน การมีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR13 แทน การให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และ

ระบบการสอนงาน (Coaching)

ตัวแปรสังเกตได้ ENTR14 แทน ประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภท

เดียวกันมาก่อน

ตารางที่ 4-57 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและหรือผู้บริหารสูงสุดของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

	ENTR1	ENTR2	ENTR3	ENTR4	ENTR5	ENTR6	ENTR7	ENTR8	ENTR9	ENTR10	ENTR11	ENTR12	ENTR13	ENTR14
ENTR1	1.000													
ENTR2	.653*	1.000												
ENTR3	.402*	.413*	1.000											
ENTR4	.585*	.602*	.544*	1.000										
ENTR5	.613*	.753*	.488*	.749*	1.000									
ENTR6	.575*	.618*	.397*	.730*	.785*	1.000								
ENTR7	.495*	.575*	.459*	.663*	.669*	.735*	1.000							
ENTR8	.531*	.687*	.417*	.728*	.717*	.795*	.676*	1.000						
ENTR9	.543*	.583*	.308*	.527*	.624*	.718*	.559*	.695*	1.000					
ENTR10	.515*	.524*	.241*	.451*	.588*	.651*	.504*	.608*	.717*	1.000				
ENTR11	.567*	.591*	.362*	.597*	.584*	.590*	.537*	.577*	.608*	.533*	1.000			
ENTR12	.453*	.458*	.381*	.479*	.483*	.473*	.451*	.429*	.300*	.324*	.619*	1.000		
ENTR13	.409*	.453*	.370*	.436*	.469*	.563*	.436*	.621*	.693*	.629*	.523*	.351*	1.000	
ENTR14	.284*	.289*	.175*	.278*	.310*	.402*	.213*	.412*	.397*	.525*	.445*	.375*	.407*	1.000

KMO = .919, Bartlett's test of sphericity: Approx. chi-square = 448.52, df = 77, p = .000

หมายเหตุ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ทุกค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4-58 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (λ_i) ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE_{λ_i}) และค่าความเที่ยง (R^2) ของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและหรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR)	น้ำหนักองค์ประกอบ (λ_i)	ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE_{λ_i})	ค่าทดสอบนัยสำคัญ (t)	ความเที่ยง (R^2)
ENTR1	0.696*	-	-	0.485
ENTR2	0.785*	0.100	12.046	0.617
ENTR3	0.475*	0.104	6.703	0.226
ENTR4	0.847*	0.116	11.700	0.717
ENTR5	0.855*	0.112	11.897	0.732
ENTR6	0.889*	0.119	12.314	0.790
ENTR7	0.762*	0.116	10.653	0.580
ENTR8	0.870*	0.126	11.187	0.756
ENTR9	0.778*	0.122	10.804	0.605
ENTR10	0.713*	0.128	9.913	0.508
ENTR11	0.710*	0.117	9.948	0.503
ENTR12	0.545*	0.095	7.671	0.297
ENTR13	0.584*	0.122	8.201	0.341
ENTR14	0.362*	0.150	5.116	0.131
ค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability: ρ_c) = 0.984				
ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average variance extracted: ρ_v) = 0.455				

*p < .05

จากตารางที่ 4-58 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตของ

แต่ละตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ทำให้ได้รับค่าต่าง ๆ ดังนี้

1. ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor loading: λ_i) ของตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 14 ตัวแปร พบว่า มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกค่า ซึ่งค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.362-0.889 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) ทุก ๆ ตัวแปร

2. ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error: SE_{λ_i}) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ทั้ง 14 ตัวแปรสังเกตได้ มีค่าตั้งแต่ 0.095-0.150

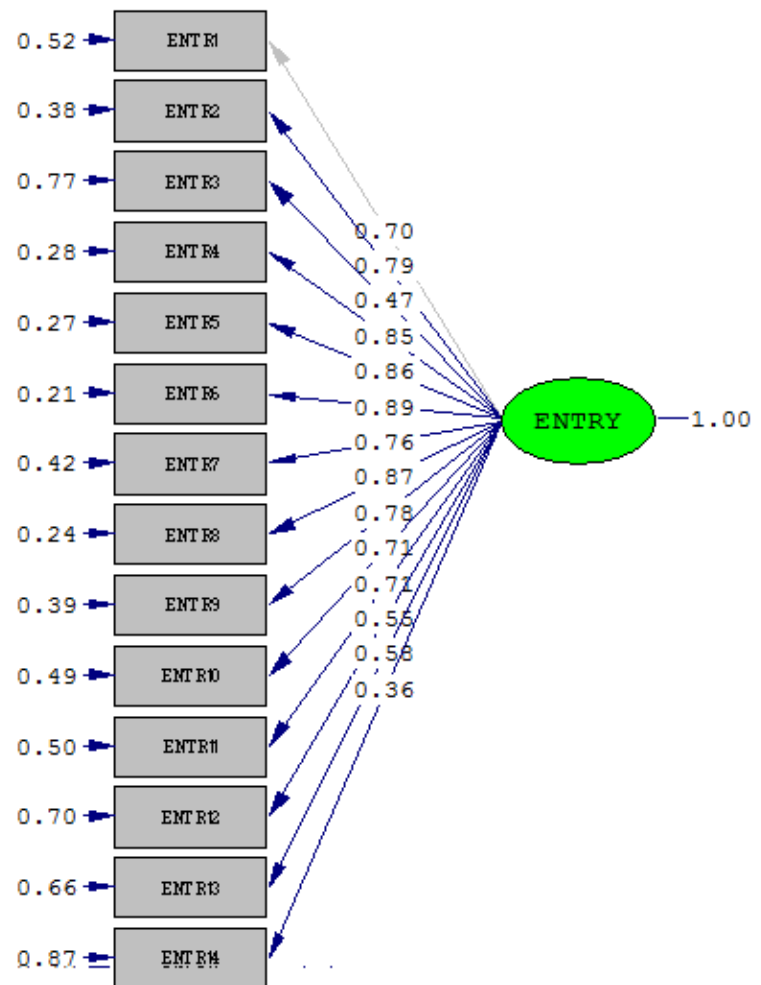
3. ค่าการทดสอบนัยสำคัญทางสถิติ (t-values) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ทั้ง 14 ตัวแปรสังเกตได้ มีค่าตั้งแต่ 5.116-12.046

4. ค่า Square multiple correlation: (R^2) ของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ทั้ง 14 ตัวแปรสังเกตได้ มีค่าตั้งแต่ 0.131-0.756

5. ความเชื่อมั่นของตัวแปรแฝง (Construct reliability: ρ_c) แสดงถึงความตรงในการรวมตัว (Convergent validity) ซึ่งหมายถึง สัดส่วนความแปรปรวนร่วมกันของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด ในตัวแปรแฝงเดียวกัน มีค่าเท่ากับ 0.984 ซึ่งมีค่ามากกว่า .60

6. ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average variance extracted: ρ_v) เป็นค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรแฝงเมื่อเทียบกับความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนในการวัด มีค่าเท่ากับ 0.455 ซึ่งหมายความว่า ตัวแปรแฝงด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้ง 14 ตัวแปรสังเกตได้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้ร้อยละ 45.53

สามารถแสดงโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังภาพที่ 4-3 ดังนี้



Chi-Square=68.04, df=51, P-value=0.05550, RMSEA=0.040

ภาพที่ 4-3 โมเดลการวัดองค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ในการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัด โดยหาค่าดัชนีความเหมาะสมพอดีของ
โมเดล (Goodness of fit indices) สามารถแสดงผลได้ดังนี้

ตารางที่ 4-59 ค่าดัชนีทดสอบโมเดลการวัดองค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลบ่งชี้
1. χ^2	68.04	-	-
2. df	51	-	-
3. p	0.555	$p > .05$	เหมาะสมดี
4. χ^2/df	1.334	$\chi^2/df < 2.00$	เหมาะสมดี
5. RMSEA	0.040	$RMSEA < .05$	เหมาะสมดี
6. NFI	0.988	$NFI > .90$	เหมาะสมดี
7. NNFI	0.994	$NNFI > .90$	เหมาะสมดี
8. CFI	0.997	$CFI > .90$	เหมาะสมดี
9. RMR	0.026	$RMR < .05$	เหมาะสมดี
10. SRMR	0.034	$SRMR < .05$	เหมาะสมดี
11. GFI	0.956	$GFI > .90$	เหมาะสมดี
12. AGFI	0.910	$AGFI > .90$	เหมาะสมดี
13. PGFI	0.465	$PGFI > .49$	เหมาะสมดี

จากตารางที่ 4-59 ซึ่งแสดงโมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันหรือโมเดลการวัดขององค์ประกอบด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ซึ่งวัดได้จาก 14 ตัวแปรสังเกตได้ สามารถสรุปได้ว่า โมเดลการวัดด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตสามารถอธิบายคุณลักษณะการวัดหรือความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปร และเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจสอบความเที่ยงตรงโมเดลเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์และแปลผล

การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

χ^2	แทน	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไคสแควร์
χ^2/df	แทน	ไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative chi-square)
R^2	แทน	สัมประสิทธิ์พยากรณ์ (Coefficient of determination)
df	แทน	องศาอิสระ (Degree of freedom)
p	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
GFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of fit index)
AGFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted goodness of fit index)
PGFI	แทน	ดัชนีความประหยัดของโมเดล (The parsimonious goodness of fit index)
RMSEA	แทน	ดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน โดยประมาณ
CFI	แทน	ดัชนีเปรียบเทียบความสอดคล้องของ โมเดลกับข้อมูล (Comparative fit index)

สัญลักษณ์แทนตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

MACRO	แทน	ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง ซึ่งเป็นปัจจัยในระดับมหภาค
CLUS	แทน	ปัจจัยด้านด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ซึ่งเป็นปัจจัยในระดับกลาง
FIRM	แทน	ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยในระดับองค์กร
ENTR	แทน	ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ซึ่งเป็นปัจจัยในระดับผู้ประกอบการ
GROWTH	แทน	การเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต
X1	แทน	นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs
X2	แทน	นโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร
X3	แทน	นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต

X4	แทน	การสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ
X5	แทน	นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล
X6	แทน	การบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี
X7	แทน	การบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม
X8	แทน	การดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ
X9	แทน	การให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม
X10	แทน	ความสามารถในการแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสของระบบราชการ
X11	แทน	กฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน
X12	แทน	กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้
X13	แทน	นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้
X14	แทน	นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม
X15	แทน	กระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก
Y1	แทน	นโยบายสนับสนุนการสร้างเครือข่ายให้กับภาคธุรกิจของภาครัฐ
Y2	แทน	ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร
Y3	แทน	ปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล
Y4	แทน	ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร
Y5	แทน	ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร
Y6	แทน	การมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต
Y7	แทน	การกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุก
Y8	แทน	การมีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กร
Y9	แทน	ความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงได้

Y10	แทน	การกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต
Y11	แทน	ความสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและความรู้ความสามารถให้องค์กร
Y12	แทน	การมีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้
Y13	แทน	การมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือ เทคโนโลยี
Y14	แทน	การให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์
Y15	แทน	การกำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร
Y16	แทน	การมีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน
Y17	แทน	การมีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน
Y18	แทน	การให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching)
Y19	แทน	ประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน
Y20	แทน	การเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

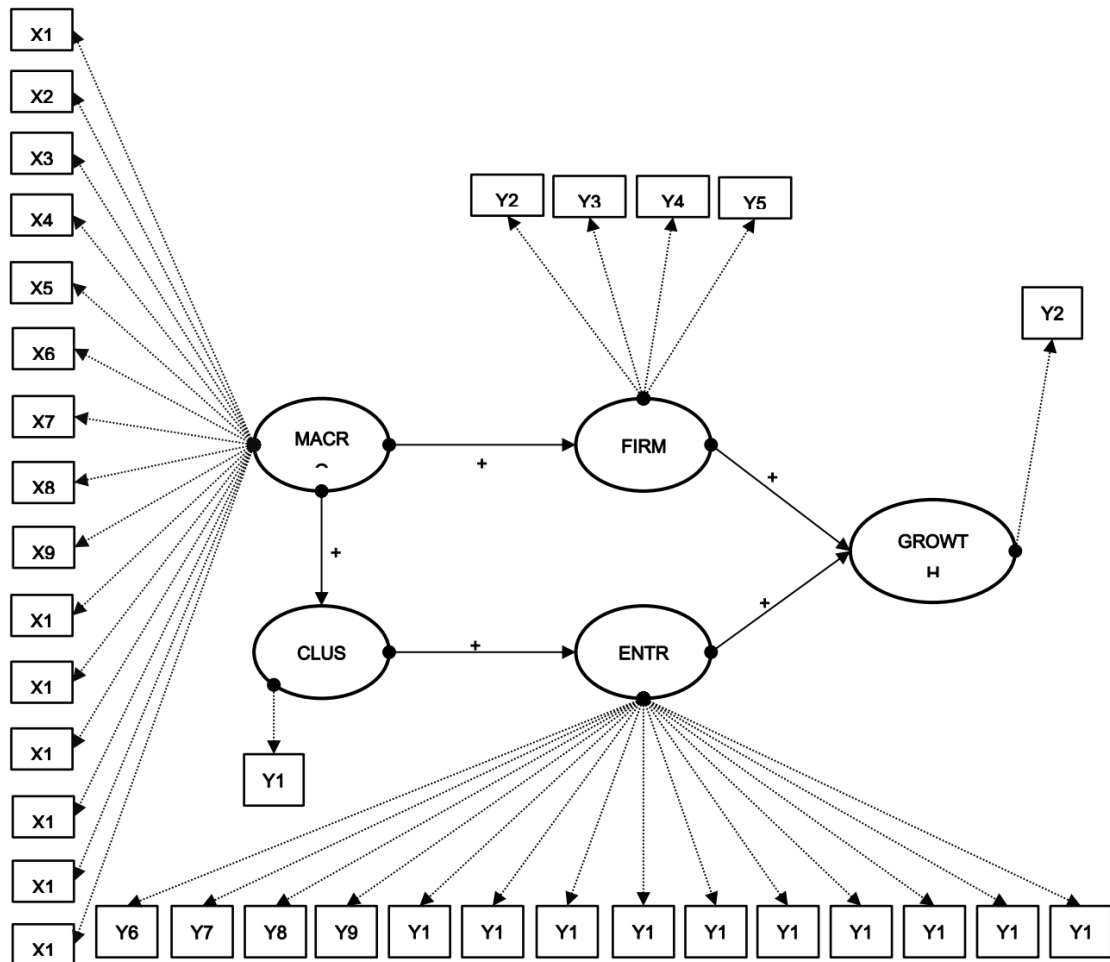
การตรวจสอบความเที่ยงตรงโมเดลเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ในการตรวจสอบความเที่ยงตรงของโมเดล ขั้นแรกจะทำการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดล ซึ่งค่าสถิติที่นำมาตรวจสอบพิจารณาจากดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล (Goodness of fit indices) ได้แก่ χ^2 , χ^2/df , RMSEA, RMR, SRMR, CFI, NFI, NNFI, GFI, AGFI, PGFI ถ้าพบว่าโมเดลมีความกลมกลืน ขั้นตอนต่อไปจะทำการตรวจสอบค่าพารามิเตอร์ แต่ถ้าโมเดลไม่มีความกลมกลืนก็จะทำการปรับโมเดล ดังรายละเอียดการวิเคราะห์ ดังนี้

โมเดลสมมติฐาน และทิศทางของอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม

จากการศึกษาและทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ผู้วิจัยได้นำแนวคิดหลาย ๆ แนวคิดมาสังเคราะห์เพื่อคว้าตัวแปรที่ส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตมีตัวแปรใดบ้าง แล้วทำการเลือกตัวแปรที่มีหลักฐานเพียงพอที่อ้างอิงว่าตัวแปรนั้น ๆ ส่งผลต่อการเติบโตของ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต พร้อมทั้งทิศทางในการส่งอิทธิพล จากนั้นนำมาเขียนเป็นโมเดลสมมติฐานการวิจัย ดังภาพที่ 4-4



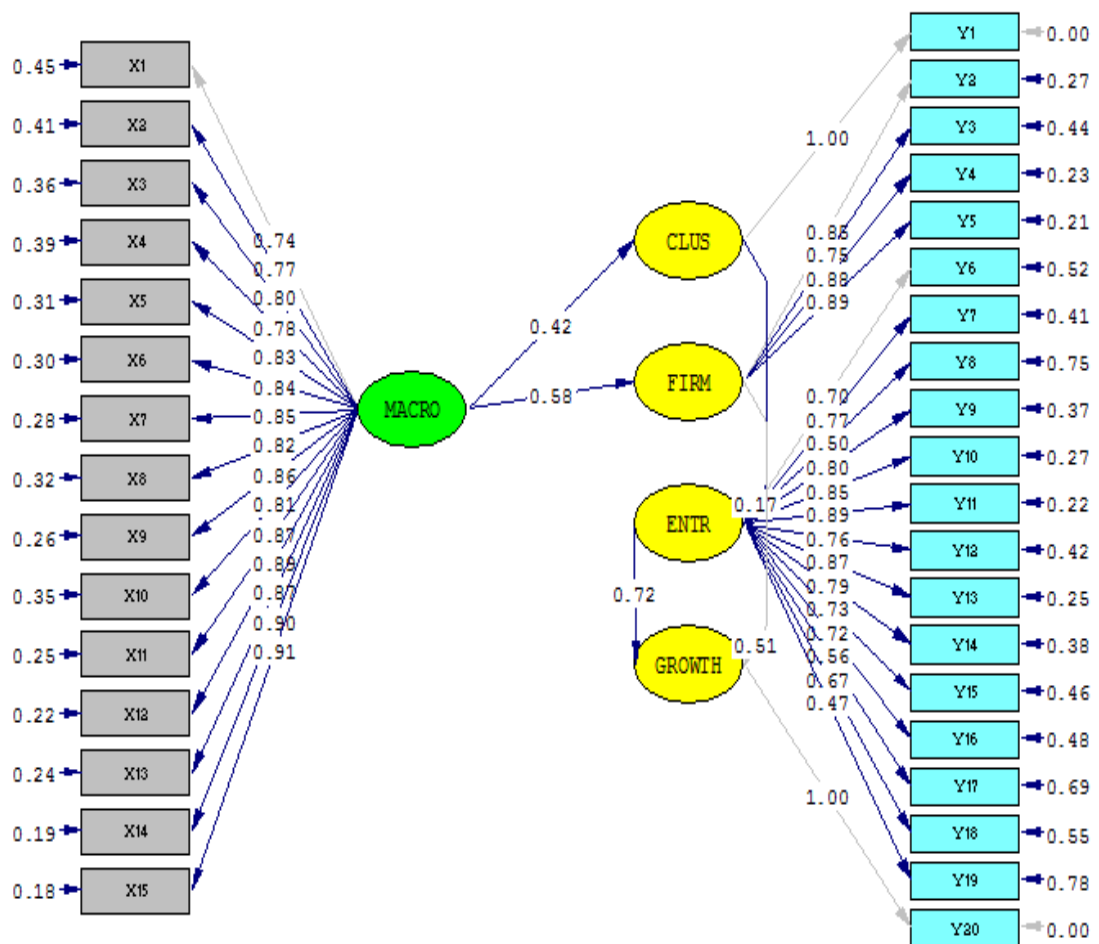
ภาพที่ 4-4 โมเดลสมมติฐานและทิศทางอิทธิพลของตัวแปรที่ส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

จากภาพที่ 4-4 เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรง พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับองค์กร (FIRM) และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) มีอิทธิพลทางบวกต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (GROWTH) และเมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อม พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

(MACRO) และปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) ยังส่งอิทธิพลทางบวกต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (GROWTH)

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมมติฐาน

การพิจารณาในส่วนนี้เป็นการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมมติฐาน พร้อมทั้งขนาด และทิศทางของอิทธิพลทุกเส้นทางว่าเป็นไปตามโมเดลสมมติฐานหรือไม่ ซึ่งผลการวิเคราะห์ ดังภาพที่ 4-5 และตารางที่ 4-60



Chi-Square=2041.38, df=558, P-value=0.00000, RMSEA=0.112

ภาพที่ 4-5 ค่าพารามิเตอร์ของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ตารางที่ 4-60 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเติบโตของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลบ่งชี้
1. χ^2	2041.38	-	-
2. df	558	-	-
3. p	0.000	p > .05	ไม่เหมาะสมดี
4. χ^2/df	3.658	$\chi^2/df < 2.00$	ไม่เหมาะสมดี
5. RMSEA	0.112	RMSEA < .05	ไม่เหมาะสมดี
6. NFI	0.910	NFI > .90	ไม่เหมาะสมดี
7. NNFI	0.923	NNFI > .90	ไม่เหมาะสมดี
8. CFI	0.928	CFI > .90	ไม่เหมาะสมดี
9. RMR	0.196	RMR < .05	ไม่เหมาะสมดี
10. SRMR	0.238	SRMR < .05	ไม่เหมาะสมดี
11. GFI	0.646	GFI > .90	ไม่เหมาะสมดี
12. AGFI	0.600	AGFI > .90	ไม่เหมาะสมดี
13. PGFI	0.572	PGFI > .49	ไม่เหมาะสมดี

จากตารางที่ 4-60 เมื่อพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมมติฐานตามดัชนี
ความสอดคล้องซึ่งแบ่งดัชนีเป็น 3 ชุด คือ

ชุดที่ 1 เป็นการตรวจสอบ Absolute fit indices ซึ่งแบ่งเป็นการทดสอบ Overall fit และ
พิจารณาความคลาดเคลื่อน (Residual) จากการทดสอบ Overall fit พบว่าค่า Chi-square ของโมเดล
สมมติฐานมีค่าเท่ากับ 2041.38 ค่า df เท่ากับ 558 ค่า p-value เท่ากับ 0.000 และ ค่า Chi-square/df
เท่ากับ 3.658 ซึ่งยังไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง และเมื่อพิจารณาความคลาดเคลื่อน
(Residual) พบว่า ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.196,
ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.238 และ
ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA)
มีค่าเท่ากับ 0.112 ซึ่งยังไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง

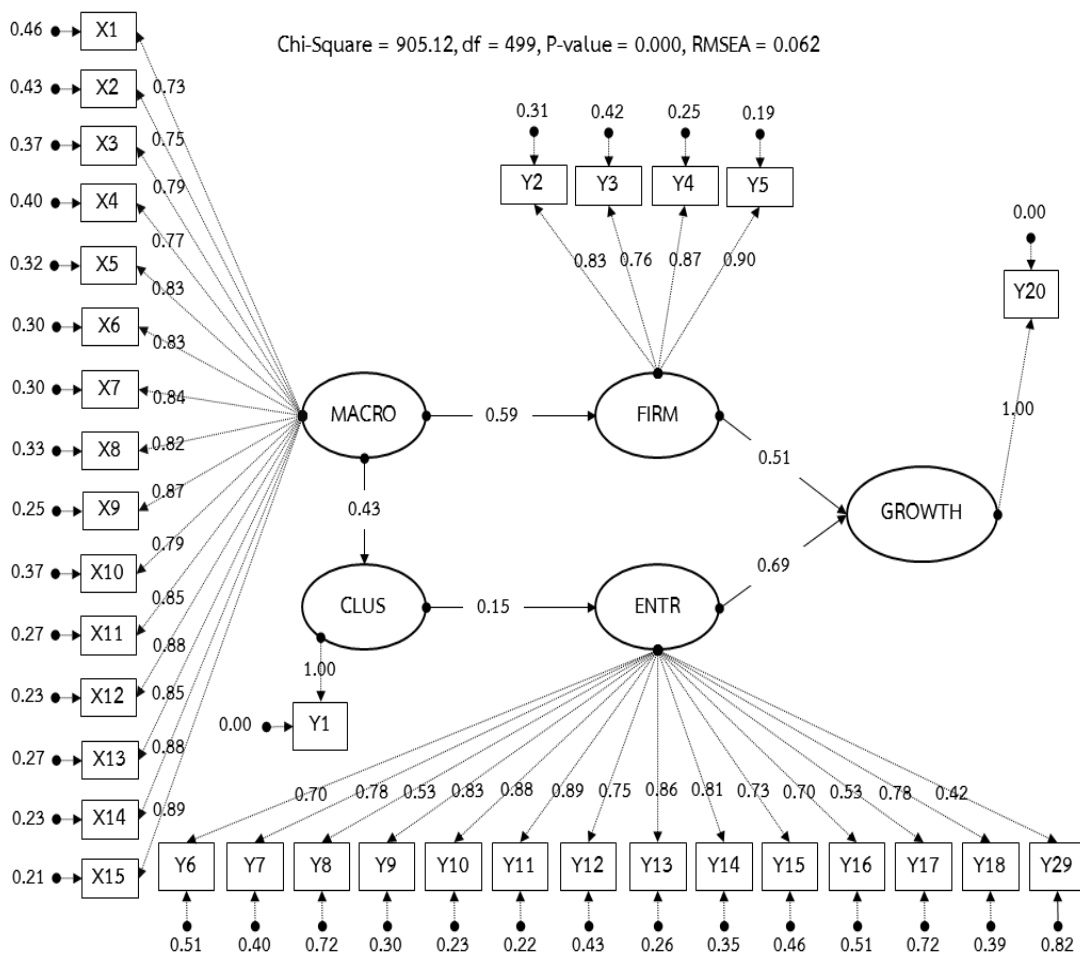
ชุดที่ 2 เป็นการทดสอบ Incremental fit indices พบว่า ค่าดัชนี CFI มีค่าเท่ากับ 0.928,
NFI มีค่าเท่ากับ 0.910, NNFI มีค่าเท่ากับ 0.923 ซึ่งยังไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง

ชุดที่ 3 เป็นการทดสอบ Parsimony fit indices พบว่า ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.646, ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.600 และค่าดัชนีการอธิบายได้ด้วยโมเดลที่ปรับแก้ด้วยความซับซ้อนของโมเดล (PGFI) มีค่าเท่ากับ 0.572 ซึ่งยังไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง

ดังนั้น จากค่าสถิติในการวัดระดับความกลมกลืนของโมเดลในภาพรวมยังไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณา จึงมีความจำเป็นต้องปรับโมเดล เพื่อให้โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนมากขึ้น

การปรับการวัดระดับความกลมกลืนของโมเดล

การพิจารณาในส่วนนี้เป็นการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลหลังจากการปรับโมเดลพร้อมทั้งขนาดและทิศทางของอิทธิพลทุกเส้นทางว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนหรือไม่ ซึ่งผลการวิเคราะห์ ดังภาพที่ 4-6 และตารางที่ 4-61



ภาพที่ 4-6 ค่าพารามิเตอร์ของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต หลังปรับโมเดล

ตารางที่ 4-61 การตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเติบโตของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตหลังปรับโมเดล

ดัชนีบ่งชี้ความเหมาะสมพอดี	ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลบ่งชี้
1. χ^2	905.12	-	-
2. df	499	-	-
3. p	0.000	$p > .05$	ไม่เหมาะสมดี
4. χ^2/df	1.813	$\chi^2/df < 2.00$	เหมาะสมดี
5. RMSEA	0.062	RMSEA < .05	เหมาะสมใช้ได้
6. NFI	0.942	NFI > .90	เหมาะสมดี
7. NNFI	0.950	NNFI > .90	เหมาะสมดี
8. CFI	0.958	CFI > .90	เหมาะสมดี
9. RMR	0.195	RMR < .05	ไม่เหมาะสมดี
10. SRMR	0.236	SRMR < .05	ไม่เหมาะสมดี
11. GFI	0.905	GFI > .90	เหมาะสมใช้ได้
12. AGFI	0.853	AGFI > .90	เหมาะสมใช้ได้
13. PGFI	0.637	PGFI > .49	เหมาะสมดี

จากตารางที่ 4-61 เมื่อพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมมติฐานตามดัชนี
ความสอดคล้องซึ่งแบ่งดัชนีเป็น 3 ชุด คือ

ชุดที่ 1 เป็นการตรวจสอบ Absolute fit indices ซึ่งแบ่งเป็นการทดสอบ Overall fit และ
พิจารณาความคลาดเคลื่อน (Residual) จากการทดสอบ Overall fit พบว่าค่า Chi-square ของโมเดล
สมมติฐานมีค่าเท่ากับ 905.12 ค่า df เท่ากับ 499 ค่า p-value เท่ากับ 0.000 และ ค่า Chi-square/df
เท่ากับ 1.813 ซึ่งยังถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง และเมื่อพิจารณาความคลาดเคลื่อน
(Residual) พบว่า ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.195,
ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.236 และ
ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยของส่วนเหลือคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA)
มีค่าเท่ากับ 0.062 ซึ่งมีเพียงค่า RMSEA ที่ผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง

ชุดที่ 2 เป็นการทดสอบ Incremental fit indices พบว่าค่าดัชนี CFI มีค่าเท่ากับ 0.958,
NFI มีค่าเท่ากับ 0.942, NNFI มีค่าเท่ากับ 0.950 ซึ่งยังผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง

ชุดที่ 3 เป็นการทดสอบ Parsimony fit indices พบว่า ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.905, ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.853 และค่าดัชนีการอธิบายได้ด้วยโมเดลที่ปรับแก้ด้วยความซับซ้อนของโมเดล (PGFI) มีค่าเท่ากับ 0.637 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การประเมินความสอดคล้อง

จากค่าสถิติในการวัดระดับความกลมกลืนของโมเดลหลังปรับแก้ พบว่า ในภาพรวม โมเดลมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงทำการพิจารณาค่าพารามิเตอร์ โดยเน้นพิจารณาค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย

ตารางที่ 4-62 อิทธิพลทางตรง (Direct Effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects: IE)

อิทธิพลรวม (Total Effects: TE) และค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (Coefficient of determination: R²)

ตัวแปร	ตัวแปรแฝงภายใน											
	CLUS			FIRM			ENTR			GROWTH		
	DE	IE	TE	DE	DE	IE	TE	DE	DE	IE	TE	DE
MACRO	0.425*		0.425*	0.590*		0.590*		0.062*	0.062*		0.346*	0.346*
CLUS							0.146*		0.146*		0.102*	0.102*
FIRM										0.512*		0.512*
ENTR										0.695*		0.695*
R ²		0.181			0.349			0.021			0.771	

หมายเหตุ * หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4-62 เมื่อพิจารณาตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) พบว่าตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (MACRO) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.425 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) ได้ร้อยละ 18.1

เมื่อพิจารณาตัวแปรปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM) พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มี

การเติบโตสูง (MACRO) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.590 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM) ได้ ร้อยละ 34.9

เมื่อพิจารณาตัวแปรปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) มีอิทธิพลทางตรงต่อตัวแปรปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.146 และตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (MACRO) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.062 สามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) ได้ร้อยละ 2.10

และเมื่อพิจารณาตัวแปรการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (GROWTH) พบว่า ตัวแปรปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM) และตัวแปรปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) มีอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (GROWTH) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.512 และ 0.695 ตามลำดับ และตัวแปรปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (MACRO) และตัวแปรปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (GROWTH) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.346 และ 0.102 ตามลำดับ ทั้งสี่ตัวแปรร่วมกันสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ได้ร้อยละ 77.1

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ผลการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อยืนยันผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลใน

แบบสอบถาม

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อยืนยันผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2560 ณ ห้องประชุมชั้น 2 วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี โดยได้รับความอนุเคราะห์เข้าร่วมการสนทนากลุ่มย่อยในครั้งนี้จากผู้บริหาร และ/หรือผู้รับมอบอำนาจจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนรวม 8 แห่ง ดังนี้

1. บริษัท ระยองทิววัฒนา จำกัด
2. บริษัท ช. ชัยชนะกิจ อินจิเนียริง จำกัด
3. บริษัท ปลวกแดงวัสดุก่อสร้าง จำกัด
4. โรงงานน้ำปลา ตัง ช่ง จิว
5. บริษัท ที.เอ.พี ซัพพลาย จำกัด
6. บริษัท ยูนิคอล เวิร์ค จำกัด
7. บริษัท เอสพีวีทรานสปอร์ตเทชั่น จำกัด
8. บริษัท ชิมตัน จำกัด

ทั้งนี้ ในการสนทนากลุ่มย่อยในครั้งนี้ ประกอบด้วย ประเด็นหัวข้อในการสนทนารวม 8 ประเด็นหลัก ซึ่งสามารถสรุปผลการสนทนากลุ่มย่อยได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นในประเด็นเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตประกอบไปด้วยปัจจัยด้านใดบ้าง

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยได้ให้ข้อคิดเห็นสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ได้แก่

- 1.1 การเป็นสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง
- 1.2 การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสามารถในการสร้างอุปสงค์

ในตลาด

1.3 ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการที่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจ และหากผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีปลอดดอกเบี้ยหรือมีดอกเบี้ยต่ำก็จะสามารถสร้างการเติบโตให้กับวิสาหกิจได้เร็วขึ้น

2. ความคิดเห็นต่อผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านกลยุทธ์องค์กรในอันดับแรก ได้แก่ การให้ความสำคัญและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการวิจัยในข้อนี้ โดยได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่า หากองค์กรไม่ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าก็อาจจะไม่สามารถขายสินค้าและบริการได้ ซึ่งจะไม่สามารถสร้างการเติบโตให้กับองค์กรได้เลย

3. ความคิดเห็นต่อผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลในอันดับแรก ได้แก่ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการวิจัยในข้อนี้ โดยได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่า ในการขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศนั้น ถ้าสามารถเข้าถึงได้ก็จะสามารถเพิ่มยอดขายและสร้างการเติบโตให้กับวิสาหกิจได้ แต่ผู้ประกอบการจึงคำนึงถึงกฎระเบียบต่าง ๆ ของประเทศนั้น ๆ รวมถึงวัฒนธรรมตลอดจนพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศนั้น ๆ ด้วย

4. ความคิดเห็นต่อผลการวิจัยซึ่งพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรในอันดับแรก ได้แก่ การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและทักษะการปฏิบัติงาน

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการวิจัยในข้อนี้ โดยได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่าการที่องค์กรมีบุคลากรที่ดี มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานก็จะง่ายต่อการพัฒนาองค์กรและต่อยอดแนวความคิด ซึ่งจะช่วยผลักดันให้องค์กรเกิดการเติบโต

5. ความคิดเห็นต่อผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านนวัตกรรมองค์กร ในอันดับแรก ได้แก่ การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการวิจัยในข้อนี้ โดยได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่า หากองค์กรสามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาที่ตรงกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการขององค์กรมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ก็จะสามารถสร้างตลาด ก่อให้เกิดรายรับที่เพิ่มขึ้นและเกิดการเติบโตขององค์กรในลำดับถัดไป

6. ความคิดเห็นต่อผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ในอันดับแรก ได้แก่ การมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการวิจัยในข้อนี้ โดยได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่าการเติบโตขององค์กรนั้นผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรคือผู้ที่มีบทบาทสำคัญสูงสุด เพราะโดยส่วนใหญ่แล้ววิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs มักมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่เป็นเจ้าของกิจการ และหากเจ้าของกิจการไม่มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโตแล้ว การเติบโตขององค์กรก็คงไม่สามารถจะเป็นไปได้เลย

7. ความคิดเห็นต่อผลการวิจัย ซึ่งพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง ในอันดับแรก ได้แก่ นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs และนโยบายในการสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการวิจัยในข้อนี้ โดยได้ให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่านโยบายที่เหมาะสมนั้นนอกจากการนำไปปฏิบัติได้แล้ว ยังต้องมีการระบุถึงหน้าที่และความรับผิดชอบที่ชัดเจน และอยากให้ภาครัฐส่งเสริมวิธีการเข้าถึงเทคโนโลยีที่สะดวกและง่ายขึ้น และควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาเทคโนโลยีภายในประเทศเพื่อช่วยลดต้นทุนของผู้ประกอบการ

8. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยได้เสนอแนะความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

8.1 ในปัจจุบันเป็นยุคของสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทอย่างมากต่อผลทางการตลาดของสินค้าและบริการ ซึ่งปัจจุบันการแข่งขันก็สูงขึ้นด้วย ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจจะต้องคำนึงถึงประเด็นนี้ รวมถึงคิดถึงแนวทางในการแก้ปัญหากรณีเกิดกระแสด้านลบต่อสินค้าและบริการไว้ล่วงหน้าด้วย

8.2 การมีเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี รวมถึงการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในปัจจุบัน

2. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนรวมทั้งสิ้น 10 ท่าน ในระหว่างเดือน สิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2559 ดังนี้

1. ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณพลาริน เข้มจินดา ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกลุ่มงานนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

2. อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ

คุณเน่งน้อย เวทยพงษ์ ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักบริหารยุทธศาสตร์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

3. อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณพันทิพา ชพานนท์ ตำแหน่ง Trade Officer, Senior Professional Level กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

4. อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญา มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณนิศาชล ศศานนท์ ตำแหน่ง หัวหน้ากลุ่มบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา 1 สำนักบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา กรมบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์

5. อธิบดีกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ดร.วิรัช คันสร ตำแหน่งผู้อำนวยการกองแผนงานและสารสนเทศ และคุณประสิทธิ์ นิยมแก้ว กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน

6. เลขานุการสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณสิทธิเกตุดี ทัดพิทักษ์กุล ตำแหน่ง นักวิชาการส่งเสริมการลงทุนระดับชำนาญการ และคุณวรกานต์ แซ่ลิ้ม สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

7. ผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ ดร.ชัยธร สิมภกรวิชย์ ตำแหน่ง ผู้จัดการฝ่ายสารสนเทศวิเคราะห์ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ

8. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณเจน นำชัยศิริ ประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

9. เลขานุการสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณสาริกา อภิวัชรชกุล ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายใบอนุญาตธุรกิจ SMEs สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์

10. ประธานคณะกรรมการบริหารบริษัทประกันสินเชื่อบุคคลขนาดย่อม (บสย.) มอบหมายให้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ คือ คุณดุสิตา ทังพงษ์ ตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่ายกลยุทธ์องค์กร บริษัทประกันสินเชื่อบุคคลขนาดย่อม (บสย.)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ ดังตารางที่ 4-63

ตารางที่ 4-63 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
มหภาค (Macro)	นโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment)	นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐ	- เป็นผู้จัดทำแผนโดยรวมของ SMEs ... เป็นแผนภาพใหญ่ เป็นแผนแม่บท ซึ่งรวมทุกภาค... รวมภาคการค้า แต่จะพูดรวม ๆ หรือบางเรื่องอาจแยกไว้ - ... จะมีการขยายฐานออกไปซึ่งไม่ได้มากขึ้น การให้สิทธิพันธ์ก็จะต้องแยกกลุ่มและต้องเช็คเตอร์ด้วย เพราะแต่ละเชกเตอร์ใช้สิทธิพันธ์ต่างกันถึงแม้ว่าจะอยู่กลุ่มไฮโกรสเหมือนกัน...	- นโยบายภาครัฐในปัจจุบันให้ความสำคัญในแผนทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็น Thailand 4.0 ก็จะกล่าวถึง SMEs ยุทธศาสตร์การพัฒนา อุตสาหกรรม ก็มีเรื่องของ SMEs นโยบายรัฐบาลอื่น ๆ ก็มี SMEs ... แต่สภาพแวดล้อมยังไม่เหมาะสมควรจะคิด เพราะว่านโยบายภาพเป็นแมคโคร นโยบายไม่ได้ให้สิ่งที่รายละเอียดแต่ละหน่วยที่รับนโยบายไป จะต้องไปแปลงเป็นแผนการดำเนินการ	- การสนับสนุน SMEs ของกรม... จะอยู่ใน 5 ด้าน คือ 1. การสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาสินค้า 2. การพัฒนาบุคลากร 3. การให้บริการข้อมูล... สายด่วน 1669 หรือการให้บริการแบบ One stop export service 4. การให้บริการส่งเสริมการขาย โดยพาไปร่วมงานแฟร์ต่าง ๆ 5. ในด้านของพามิชซ์ดีจิตอล	ในปี พ.ศ. 2560 นี้จะมีโครงการจัดตั้งศูนย์ซัพพอดเซ็นเตอร์ ที่ชื่อว่า IP SMEs Support center จะช่วยสนับสนุนเรื่องของการให้คำปรึกษาในแง่ตั้งแต่พัฒนาตัวสินค้า... ปรับปรุงตัวสินค้าให้มีนวัตกรรมมากขึ้น	- กรมพัฒนา เป็นส่วนหนึ่งของกระทรวงแรงงาน มีวิธีการพัฒนาคนเยอะมาก ... เช่น มีการลดภาษีให้ SMEs มีโครงการที่ช่วยน้อง... รวมถึงด้านนวัตกรรมต่าง ๆ ในส่วนของบีโอไอเองก็มีการพัฒนาให้ SMEs เพิ่มขีดความสามารถของตนเองโดยให้สิทธิประโยชน์ในด้านภาษี เครื่องมือที่บีโอไอใช้จะเป็นมาตรการด้านภาษี - มีการกำหนดคุณสมบัติของ SMEs ที่จะมาขอรับการส่งเสริมไว้...	ปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายที่เอื้อและสนับสนุน SMEs เยอะมาก ... เช่น มีการลดภาษีให้ SMEs มีโครงการที่ช่วยน้อง... รวมถึงด้านนวัตกรรมต่าง ๆ ในส่วนของบีโอไอเองก็มีการพัฒนาให้ SMEs เพิ่มขีดความสามารถของตนเองโดยให้สิทธิประโยชน์ในด้านภาษี เครื่องมือที่บีโอไอใช้จะเป็นมาตรการด้านภาษี - มีการกำหนดคุณสมบัติของ SMEs ที่จะมาขอรับการส่งเสริมไว้...	- ภาครัฐมีความต้องการที่จะทำตลาดทุน เราไม่สามารถให้เงินทุนได้ แต่มีเครื่องมือคือการออกเกณฑ์อะไรที่จะเอื้อให้มากกว่า... มันจะช่วยให้การระดมทุนง่ายขึ้นก็จะมีเรื่องของ Crowd funding กับ VC ที่เป็นกลไกที่จะช่วย SMEs ในอดีตภาครัฐก็จะมิกลไกที่จะรองรับ SMEs in General อยู่แล้ว แต่ปัจจุบันภาครัฐค่อนข้างโปรโมตเรื่องนวัตกรรม เพราะฉะนั้นกลุ่มที่	กสค. สนับสนุน SMEs ในมุมมองของตลาดทุน เราไม่สามารถให้เงินทุนได้ แต่มีเครื่องมือคือการออกเกณฑ์อะไรที่จะเอื้อให้มากกว่า... มันจะช่วยให้การระดมทุนง่ายขึ้นก็จะมีเรื่องของ Crowd funding กับ VC ที่เป็นกลไกที่จะช่วย SMEs	- บสย. จะมีการดำเนินการใน 2 บทบาทหลัก บทบาทแรก คือ รัฐบาลจดทะเบียนให้เงินสินเชื่อ ซึ่งต้องทำผ่านกระทรวงการคลัง เข้าไป ว่า บสย. ตั้งเป้าไว้ว่าขอให้รัฐบาลสนับสนุนในวงเงิน - รัฐบาลคอนทริบิวต์ความเสียหายให้บางส่วน และรัฐบาลยังรับในเรื่องหลักการของการค้าประกันที่มีขีดเขตไว้ที่ 15 เปอร์เซ็นต์ ตลอดเวลา 5 ปี	สำหรับมุมมองของสภาอุตสาหกรรมฯ ... มีการดำเนินการผ่านหลายยุทธศาสตร์ 1. เป็นเรื่องของนวัตกรรมเรื่องของเทคโนโลยี เรื่องของความคิดสร้างสรรค์ 2. อุตสาหกรรมต้องอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างยั่งยืน ... 3. การรวมกลุ่มคลัสเตอร์เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็ง ... ขณะเดียวกัน ผมคิดว่ารัฐเนี่ยควรจะต้องมีบทบาทในการที่จะมาสนับสนุนที่

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน								
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.
			<p>- ... สสว. ... เป็นหน่วยอุดหนุน</p> <p>1. จัดทำแผน ทำนโยบาย</p> <p>2. จัดทำข้อมูลวิเคราะห์ข้อมูล</p> <p>3. ติดตามประเมินผล</p> <p>4. ทำความร่วมมือกับต่างประเทศ</p> <p>5. ผลักดันและสนับสนุน</p> <p>ปัจจุบันจะทำงานกับเครือข่าย และให้การอุดหนุนเป็นหลัก</p>	<p>- ปัจจุบันแต่ละหน่วยไม่ทำตามฟังก์ชันตัวเองเกิดความซ้ำซ้อนและเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ถ้าบูรณาการกัน ได้ก็จะดีกว่า</p> <p>- อีกประเด็นหนึ่งที่เป็นสภาพแวดล้อมก็คืออินเซนทิฟทั้งหลายไม่สอดคล้องกับในต่างประเทศเลย</p> <p>Eco system ยังไม่ได้ ในต่างประเทศหลายแห่งรัฐจัดเตรียมระบบส่วนกลางไว้ให้ ซึ่งก็จะช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ต้องลงทุนในส่วนนี้ บางประเทศให้เงินอุดหนุนอีกด้วย</p>			<p>- การกิจหลักจะเน้นในทางปฏิบัติให้ทำงานได้ เน้นไปที่ทักษะอาชีพ และการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงาน</p>	<p>บีโอไอมีตลาด มีการเงินที่ดี ได้สิทธิประโยชน์เพิ่ม SMEs ที่เข้ามาขอ บีโอไอ จะเป็นกลุ่มไฮโครสซึ่งสามารถที่จะโตไปได้แล้ว</p>	<p>จะเข้าข่ายได้เนี่ยส่วนใหญ่ถ้าเป็นกลุ่ม Traditional SMES ที่ค่อนข้างจะตก Trend ดกขบวน ... กลไกที่ก็จะเป็นเรื่องความรู้เนี่ยจะค่อนข้างไปตัวเชิงสตาร์ทอัพและสามารถต่อเชื่อมอีกค่อนข้างเยอะ เพราะว่ารัฐพยายามโปรโมทให้ประเทศมีจุดแข่งขัน ... ในความเชื่อของเราก็คืออีกน้อย ๆ 5-10 ปีเนี่ย กลไกก็จะแบ่งเป็นสองกลุ่ม กลไกที่เป็นซัพพอร์ต SMEs ทั่วไปกับ กลไกที่ถูก Design มาเฉพาะกลุ่ม</p>	<p>- ต้องลงไมโคร ... ไมโคร เราเรียกว่าเป็นรากหญ้า เป็นเป้าหมายหลักในการที่รัฐบาลใช้นโยบายผ่านตัว G (Government Expenditure) ...</p> <p>เป้าหมายของ บสย. ก็คือต้อง Serve ตรงนี้</p> <p>เพราะเป้าหมายใหญ่ของรัฐบาลก็คือว่าลดความไม่เท่าเทียมกัน ลด Gap ...</p> <p>- เราเหมือนเป็น Supplement จริง ๆ แล้วองค์กรนี้เป็น Policy ที่กระตุ้นให้ Bank เกิดความเชื่อมั่นที่จะปล่อยเงินไปกระตุ้นให้ SMEs</p>	<p>ผ่านมา ไม่มีมาตรการส่งเสริม หรือว่าช่วยเหลืออะไรเลย</p>

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
				<p>- ประเด็นต่อมา ก็จะเป็นในเรื่องของการซื้อหรือที่ฟแล้ว ไม่มีตลาด เนื่องจากสินค้าที่มีการใส่หรือที่ฟเข้าไปราคาจะแพงกว่าสินค้าทั่วไป พอทำออกมาแล้วก็จะขายไม่ได้ ภาครัฐก็ต้องหาตลาดให้ โดยหาตลาดนำก่อนที่จะผลิต</p> <p>- ผู้ประกอบการหลายรายที่มีศักยภาพได้รับการพัฒนา แต่รายที่ไม่มีมีศักยภาพต้องใช้ทรัพยากรเยอะก็อาจจะไม่ใช่เป้าหมาย เพราะหน่วยงานภาครัฐมีการกำหนด KPI ใน</p>							<p>SMEs ที่มีศักยภาพจริง ๆ อาจจะเป็นศักยภาพเชิงการโต แต่ไม่จำกัด อุตสาหกรรม หรือมีศักยภาพในเชิงอุตสาหกรรม เป้าหมาย ถ้าเป็นอุตสาหกรรม เป้าหมายจะได้สิทธิพิเศษบางอย่าง เพราะรัฐต้องพยายาม โฟกัสที่จะใช้งบประมาณในการชัพพอร์ตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด</p>		<p>มีช่องทางเดินไปหา Bank แล้วก็ช่องทางที่ทำให้เงินที่รัฐบาลอัดฉีดเข้ามา จัดในการจ่ายสดเชย มันไปถึงรากหญ้าได้มากขึ้น เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทั้งการจ้างงาน การลงทุน การบริโภค การเก็บภาษี</p>	

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
				การประเมินผลการ ทำงาน หากทำยาก ก็อาจไม่ได้ KPI อีกด้วย ก็อาจต้องมี การกำหนด การประเมินผลหรือ กำหนด KPI ใหม่ อาจต้องให้เวลา สัมฤทธิ์ผลมากขึ้น - อยากให้มุ่งเป้าไป ที่วิสาหกิจขนาด S เพราะ M เนี่ยเขามี ทรัพยากรจน สุดท้ายเขาจะดึงกัน ขึ้นไป แต่ S ไม่มี ใครดึง แต่ถ้าพัฒนา ได้ก็จะพื้นฐาน ได้ ก็จะเข้าสู่ชน ก็จะ พัฒนาได้เร็ว								

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสท.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
		นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต					สนับสนุนให้ผู้ประกอบการพัฒนาคนในองค์กรโดยรัฐให้สิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี	- ...ต้องมากำหนดขอบเขตก่อนว่าบีโอไอคือการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษีไม่ใช่เรื่องเงิน 2. เรามีประเภทกิจการที่จะสนับสนุนไม่ใช่ทุกอย่างที่ให้การส่งเสริม...ต้องดูว่างานนั้นมีประเภทที่ให้การสนับสนุนหรือไม่ กรอบส่งเสริมเป็นอย่างไร มีกรอบอยู่ ถ้าเกิดสนใจจะลงทุนในประเทศไทย ประเภทไหนบ้างที่บีโอไอตั้งเงื่อนไขไว้ จะส่งเสริมยังไง จริงๆ แล้วเราตั้งเงื่อนไขที่เราตั้งไว้				- ในการระดมทุนจะทำผ่าน Crowd funding ก็คือ การเอาหุ้นไปแลกอยากได้เงินแลกกับหุ้น ... - การระดมทุนแบบนี้ต้องมีตัวกลางที่เราเรียกว่า Funding portal ซึ่งตอนนี้เกณฑ์ออกแล้ว แต่ยังไม่ Funding portal ที่ได้รับความเห็นชอบจาก กสท. - จริงๆ เป็นมาตรการของรัฐในภาพรวม ที่เรื่องแบบว่าเวนเจอร์แคปปีดอล ลงทุนในตัว SMEs คือ เติมเราจะมีส่วนให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ในกับ VC	- ... รัฐบาลใช้ บสย. เป็นกลไกในการทำหน้าที่เป็นเครดิตของ Bank ยินดีที่จะปล่อยสินเชื่อให้มากขึ้น ในขณะที่คล้ายกัน รูปแบบการช่วยเหลือของรัฐบาลจะต้องมีการลิมิต ความเสียหายที่ชัดเจน ...	นโยบายของรัฐก็มีไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ Talent mobility ให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยเข้ามาช่วยธุรกิจอย่างนี้เป็นต้น มีเรื่องของการหักภาษีได้ 3 เท่า อะไรอย่างนี้เป็นต้น แต่มาตรการการหักภาษี 3 เท่า ยังเป็นปัญหาอยู่เพราะว่าสโรปรบเนื้อไม่ครอบคลุมเท่าที่ควรในเรื่องของภาษี Non-cash non-tax ควรจะมี Benefit ในเรื่องของ

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน												
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสด.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม			
									ใครก็ตามที่จะมาขอ ...ต้องมากำหนด ขอบเขตก่อนว่า 1. บีโอไอคือการให้ สิทธิประโยชน์ ทางด้านภาษีไม่ใช่ เรื่องเงิน 2. เรามีประเภท กิจการที่จะ สนับสนุน ไม่ใช่ ทุกอย่างที่ให้การ ส่งเสริม...ต้องดูว่า งานนั้นมีประเภทที่ ให้การสนับสนุน หรือไม่ กรอบ ส่งเสริมเป็นอย่างไร มีกรอบอยู่ ถ้าเกิด สนใจจะลงทุนใน ประเทศไทย ประเภทไหนบ้างที่ บีโอไอตั้งเงื่อนไข ไว้ จะส่งเสริมยังไง จริงๆ แล้วเราตั้ง				หรือเวนเจอร์ แคปิตอล หรือคน ที่ตั้งตัวเป็น Private Equity trust ที่เรา เรียกว่า PE Trust ... ถ้าสมมุติ VC พวกนี้ไปลงทุนเขา จะได้รับการยกเว้น ภาษี ในส่วนของ ภาษีเงินปันผลที่จ่าย กลับมา หรือ ภาษี Capital gain... จะต้องมาขอจด มาขึ้นทะเบียนกับ กสด. บอกกสด. ไว้ แล้วเวลาจะเคลม ภาษี ต้องไปหา สรรพากร ก็จะดูว่า มาจดทะเบียนภาษี ไว้หรือเปล่า ถ้าจัดก็ โอเค		ภาษี การให้สิ่งที อำนวยความสะดวก

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
									เงื่อนไขที่เราตั้งไว้ใครก็ตามที่จะมาขอสิทธิประโยชน์จากบีโอไอก็ต้องพิจารณาสิ่งที่มีการตั้งเงื่อนไขก่อน - ปัจจุบันที่เราจะคุยกันที่มี SMEs ที่จะได้รับการส่งเสริมเริ่มมีผลตั้งแต่ 1 มกราคม พ.ศ. 2558 ถึงปี พ.ศ. 2564 จะมีอยู่ 38 ประเภทกิจการ ต่อๆ ตามลำดับ คือ 1. ต้องเป็น SMEs ไทย และ 2. เป็นกิจการที่บีโอไอให้การส่งเสริม - คุณสมบัติ SMEs ไทย ที่เราให้การโฟกัส คือ ต้องเป็น					

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
								บริษัทที่เป็นนิติบุคคล มีบุคคลสัญชาติไทยถือหุ้นมากกว่า 51 เปอร์เซ็นต์ และสินทรัพย์ของบริษัทที่ไม่หมุนเวียนต้องไม่เกิน 200 ล้านบาทที่ได้รับจากบีโอไอก็คือเรื่องของภาษี				
		นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล/ ช่องทางการจัดจำหน่าย	- แนวนโยบายของแผนฯ มุ่งเน้นว่าควรจะออกตลาดต่างประเทศได้และควรจะมีอาเซียนเป็นตลาดเดียวกัน สร้างแนวคิดให้มองว่าเราผลิตของเพื่อขายคน 600 ล้านคน ไม่ใช่คน 60 ล้านคน	- การตลาดที่ความต้องการมากที่สุดคือ 1. การแบ่งตลาด 2. บิสซิเนสแมชชีน	- การพัฒนาบุคลากร ด้านแรกคือการพัฒนา SMEs ผู้สากล ก็คือ SMEs ผู้ประกอบการค้าที่ E-learning course ที่ให้ผู้ประกอบการเข้ามาสมัครแล้วก็อบรมได้ ...ถ้าเป็นการพัฒนาที่จะเป็นโครงการต้นกล้า			- บีโอไอมีหน่วยงาน Build development เป็นหน่วยงานที่จะเชื่อมโยงเป็นผู้ซื้อพบกับผู้ขาย ตอนนี้เป็น SMEs ที่เข้มแข็งมาก บีโอไอจะเป็นตัวเชื่อมโยงที่จะไปสู่	กลไกหรือแนวทางในการส่งเสริมมีอยู่สองอย่าง คือ การส่งเสริมให้เกิดการผลิตกันใหม่เพื่อไปสู่การไปเจาะตลาดใหม่ไปสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ อีกทางหนึ่งเป็นกลุ่มที่ไปส่งเสริม			สภาอุตสาหกรรมฯ ว่าจะมองว่าเรื่องของ การควบคุม ต้นทุนเป็นเรื่องที่สำคัญ และควรต้องทำ ดังนั้น ในด้านนี้เราจะทำโครงการที่ไปช่วย SMEs โดยเอามาตรฐานการจัดการเป็นพวก lean manufacturing

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
			หรือถ้าเล็กลงมาหน่อย เราผลิตของเพื่อขาย CMLV ก็ประมาณ 200 กว่าล้านคน อยากให้ผู้ประกอบการมองให้กว้างขึ้น... - อีกเรื่องหนึ่ง ก็คือกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ผ่านมา มีจุดอ่อน อยากให้สร้างคันทรีอิมเมจหรือเทรดมาร์คสรุปคือ 1. เราต้องเน้นผลิตเรานั้นตลาดมีเดียมเอ็นไอออน เราต้องเน้นทำของคุณภาพของดี 2. สร้างภาพลักษณ์ของคันทรีอิมเมจเทรดมาร์ค		ทุกเป็นหลักสูตรใหม่ อาจจะเป็นผู้ประกอบการเล็ก ๆ หรือบริษัทจะส่งผู้จัดการมาเรียน เพื่อที่จะทำยังไงให้มันส่งออกไปได้ตามแบบที่ได้มาตรฐาน... ซึ่งในการเข้าโครงการนี้ผู้ที่เข้าร่วมจะต้องมีการอบรม E-learning อบรมความรู้เบื้องต้นก่อนให้คุ้นเคยกับการดำเนินธุรกิจ ก็จะมีไอเดีย มีความรู้ก่อน ...นอกจากนั้นก็จะเป็นผู้ส่งออกอัจฉริยะ คือสมาร์ทเอ็กซ์พอร์ตเตอร์...เหมือนเป็น 3 เกรด เกรดแรก...					กลุ่มใหญ่เพื่อให้จัดกิจกรรมผู้ซื้อผู้ขายกัน - ดำรงในกลุ่มไฮโกรสม่าจะพัฒนาไปได้ระดับหนึ่งแล้วมองว่าเนื่องจาก สสว. ก็ช่วยผลักดันเรื่องการทำกลยุทธ์ การบริหารการตลาด สสว.ก็ช่วยอยู่ ซึ่งถ้ามองในมุมมองไม่ได้มองถึงขั้นว่า คุณมีแผนอะไร ยังไม่ถึงขั้นนั้นนะ แต่ดำรงในภาพรวมมองว่ากลุ่มไฮโกรสเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพ - ปัจจุบันรัฐบาลยังมีศูนย์บ่มเพาะก็ให้คำแนะนำเกี่ยวกับ	กระบวนการเรียกว่าเพิ่ม Productivity คือ จะมองภาพสองตัวในภาคการผลิต รัฐจัดกลไกเป้าหมายสูงสุดเพื่อจัดมาตรฐานในการแข่งขันของทุก ๆ โอกาสพวกนี้ ซึ่งความสามารถในการแข่งขันเกิดได้สองทางในปัจจุบันคือ Innovation และ Productivity			เข้าไปจับ ให้เขามีเครื่องมือพวกนี้ เพื่อที่จะลดต้นทุนเพื่อให้กลับมาแข่งขันได้อีกครั้งหนึ่ง วิธีที่สองก็คือ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เขาจับตลาดได้สูงขึ้น เอามาตรฐาน ISO เข้ามาจับให้เขามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน													
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม				
					ใครก็ได้เข้ามาที่ มา เกรดที่ 2 คือ เริ่ม เป็นแล้วเป็นต้นกล้า ทุก คือ เริ่มเป็น พวก OTOP หรือ ธุรกิจเล็ก ๆ น้อย ๆ ในครัวเรือน เกรดที่ 3 เป็นสมาร์ทอิเล็กทรอนิกส์ ปอร์ตเตอร์เป็น บริษัทที่อาจจะเป็น บริษัทขนาดเล็ก หรือถึงขนาดกลาง ก็ได้แต่ยังไม่เคยจะ ส่งออก มาเรียนทาง นี้ก็จะได้ Connection จะมีการพาไป ต่างประเทศ - มีโครงการที่ รัฐบาลสนับสนุน เกิดจากความ ร่วมมือของสมาชิก มีกรมส่งเสริม											

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
					การค้าระหว่าง ประเทศ สภา หอการค้า สภา อุตสาหกรรม แล้วก็ กรมส่งเสริมการค้าทาง เรือ คือ มี 4 หน่วยงานที่ร่วมมือ กัน ที่ให้ความ ... มีโครงการที่จูง นียง ที่กรมเซ็น MOU กับบริษัท ใหญ่ ๆ ... เป็นที่ ปรึกษาเป็นที่เลี้ยง ให้ข้อมูล บางทีก็พา ไปต่างประเทศ - ...กรมฯ จะเน้น เรื่องของการค้า การทำตลาด มีสำนักงานอยู่ 62-63 แห่งทั่วโลก นอกจากการให้									

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
					บริการคำปรึกษา แบบว่าโทรมาแล้ว ก็ยังมีทางด้าน Digital คือ เป็น แอปพลิเคชัน DITP Connect - ทำการตลาดโดย ผ่านเว็บไซต์ Thaitrade.com จะ เป็นเว็บไซต์ผู้ซื้อ ผู้ขายทางออนไลน์ ที่กรมฯ เป็นเจ้าของ คือเหมือนกับว่า บางที SMEs อาจ จะยังไม่ถึงขนาด ใหญ่มาก ก็อาจจะ เริ่มต้นธุรกิจตรงนี้ ก่อน								

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสด.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
		นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา	- ตอนนี้เราหนีไม่พ้น เรื่องของการสร้างนวัตกรรม เรื่องของการใช้ นวัตกรรมเป็น เครื่องมือในการ ส่งเสริมพัฒนาภาค การผลิต ไม่ได้มี แต่ Product innovation อย่าง เดียว แต่มี Process innovation marketing innovation ด้วย คือ ต้องทำหลาย ๆ ส่วน ที่เป็นพื้นฐาน เลย คือ Product innovation ซึ่งตรง นี้ SMEs เราเนี่ยก็ยัง มีปัญหาอยู่ จากการสำรวจของ สสว. สัก 3-4 ปี ที่แล้ว เราก็พบว่า	- ใช้ตัว ERP เข้ามา บริหารธุรกิจ - ในแง่ของ นวัตกรรมต้องปรับ การบริการทำต้อง โนวเลสตูออฟฟิศ ใช้ Mobile application ส่งให้ เขาถึงที่เลย ทำให้ ง่ายแล้วก็ลดต้นทุน ได้ด้วยนะเพราะมัน ลงทุนครั้งเดียวก็ได้ เมส ทุ่มเวลาการ อบรมได้เยอะ ค่ะ ทุนการบริการ ของกรมจะลดลง ถ้าทำเยอะ ๆ นะ เหมือนบัญชีเดียว ของกระทรวง การคลังก็ออกบัญชี เดียวมาก็เหมือนกัน ใช้หลักการเดียวกัน เลย ซึ่งอันเนี้ย	- การสร้าง มูลค่าเพิ่มการ พัฒนาสินค้า ... ซึ่งผู้เชี่ยวชาญจาก ต่างประเทศ อาจจะ เป็นทางยุโรป ทาง ญี่ปุ่น ทางเอเชีย มาพัฒนาสินค้าให้ ผู้ประกอบการไทย ว่าทำยังไงให้สินค้า ตรงกับพฤติกรรม การบริโภคของเค้า ...ก็จะให้ผู้เชี่ยวชาญ มาพัฒนาบอกว่าทำ ยังไง สินค้าจึงจะ คงทนและถูกต้อง มีมาตรฐาน สม่่าเสมอ					ถ้าคุณใช้วิจัยใน ประเทศก็จะได้ สิทธิพิเศษเพิ่มเติม ... คุณเลือกอยู่ มี 6 ทาง 1. ก็คือว่า In house R&D 2. บริจาคให้ กองทุน สวทช. ... ถ้าคุณมีศักยภาพก็ ทำงานอาร์แอนด์ดีได้ ถ้าบอกว่าไม่มี ศักยภาพแต่เรามีเงิน แล้วก็จะยกได้สิทธิ ด้วย โอเคคุณ บริจาคก็ได้ แต่คุณ ต้องบริจาคให้ สวทช. เพื่อที่จะได้ มีเงินทำวิจัยมากขึ้น ส่งผลดีต่อประเทศ 5. เรื่องไอที แต่เป็น การซื้อไอทีมาทำ ในโรงงานที่เรา	ถ้าเป็นแนวทางของ รัฐบาล คือ การทำ นวัตกรรมส่วนนี้ ะมันเริ่มมาจาก ผู้ประกอบการ ใน การทำธุรกิจรัฐบาล ไม่สามารถไป บังคับให้ทำหรือ ไม่ทำธุรกิจได้ โดยพื้นฐาน ผู้ประกอบการที่ อยากรจะเติบโตใน เชิงการเงินหรือ ฐานทางการเงินเขา ก็จะมองว่าการทำ ธุรกิจน่าจะมีโอกาส ในการที่ให้เขา เติบโตตรงนั้น เรื่อง ที่จะทำให้เขาสนใจ หรือว่าหันมาทำ นวัตกรรม คือ มัน จะเป็นเรื่องของการ สร้างความ	ตอนนี้ยังไม่ถึง ...มีเพียงโครงการ ร่วมกับเกาหลี เขา เรียกว่าประเมิน ศักยภาพด้าน ไอทีของ ผู้ประกอบการ ทำ โลกเทคโนโลยี โปรแกรม หรือ Knowledge Sharing โปรแกรม เพื่อจะให้ Rating กับผู้ประกอบการ ทางด้านไอที พอได้ Rating คุณอาจจะ ขอเข้ามาขอผู้ ทำคู่ กับสวทช.	

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
			ประมาณร้อยละ 13 ของ SMEs ที่มีการนำเข้าผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ... และที่ประมาณร้อยละ 12.8 ที่มีการใช้คอมพิวเตอร์ไปช่วยในการทำธุรกิจ ... เพราะฉะนั้นเรื่องของนวัตกรรมเป็นเรื่องสำคัญ แม้เราจะพูดมานานแต่ว่ามันก็ยังทำไปไม่ได้ไม่เยอะ มันจะอยู่ในกลุ่มหนึ่งที่เราจะได้อิน Tech startup กลุ่มนี้ก็จะเข้าไอเดีย ไอเดียเยอะ มีนวัตกรรมเชิงลึก นวัตกรรมแบบอื่น ๆ ปรับเปลี่ยนตัวต่ออะไรพวก	อนาคตเน้นระบบเข้ามาช่วย ระบบที่เรามีกันอยู่แล้ว จะต้องคอยคณะ ไม่ใช่ทิ้งขว้าง เพราะว่าตอนนี้รัฐลงทุนไปเยอะมากเลยแต่ไม่ได้ใช้ระบบ					บอกว่าทำผลงานวิจัยเนี่ยจากผลงานชิ้นหิ้ง เราก็บอกเอามาจากหิ้งเนี่ย SMEs รายเนี่ยไปซื้อปิ้งไอพีจีง ๆ เราเอาเข้ามาสู่การผลิตเราได้	ตระหนักความสนใจของเขาก่อน ไม่สามารถบังคับเขาได้ แต่สร้างได้ ความตระหนักให้เขาได้				

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสท.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			<p>อย่างนี้จะคะ แต่ว่ากลุ่ม SMEs ส่วนใหญ่ยังไม่ใช่อยากให้ SMEs กลุ่มที่มีศักยภาพสามารถสร้างนวัตกรรมไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมกระบวนการผลิตการจัดการหรือเรื่องมาร์เก็ตติ้งหรือองค์กร ก็เป็นกลยุทธ์องค์กร</p> <p>ออกแกในเซชั่นก็เป็นนวัตกรรม และทำยังไงที่จะให้กลุ่มที่มีศักยภาพให้เขาสร้างนวัตกรรมได้</p> <p>- ในแผนฯ จะมีอยู่ 2-3 เรื่อง เรื่องของส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาของ SMEs คือ</p>						<p>เปอร์เซ็นต์ของรายได้ตรงเนี่ยคุณได้เพิ่ม 1 ปี 2 เปอร์เซ็นต์ 2 ปี 3 เปอร์เซ็นต์ 3 ปี ... ถ้าเกิดจะเรื่อง ไอพี...ของเรา มีชัดเจนอยู่อย่างนึงที่บอกว่าชื่อ ไอพีมาเรานับให้ ถ้าคุณทำอาร์แอนด์เองแล้วรวมไปถึง ไอพีด้วยอันนั้นมันอยู่ขั้นตอนขอ ไอพีด้วย ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นที่คุณทำ อาร์แอนด์จากที่คุณไปจดไอพีเรานับเป็น 1 เปอร์เซ็นต์ที่เราบอกไว้</p> <p>- เรื่องของ ไอพีเรามีรองรับ ถ้าเกิดเขาเพิ่มศักยภาพใน</p>				

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			<p>1. ลดต้นทุนในการสร้างทรัพย์สินทางปัญญา</p> <p>2. กระตุ้นให้เห็นความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญา ให้คนมีไอเดียใหม่ ๆ เน้นพยายามสร้างสินค้าและบริการขึ้นมา และไปจดทรัพย์สินทางปัญญา</p> <p>3. การเอาทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ให้มากขึ้นให้ SMEs ใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น</p>						<p>เรื่องไอทีเรามีรองรับทั้งสองมิติเลย</p> <p>1. คุณไปซื้อไอพีมาเราก็ให้กรุป</p> <p>2. อาร์แอนด์ดีคุณก็ไปจดทั้งสาขาเรา</p> <p>รวมยอด 1</p> <p>เปอร์เซ็นต์ตรงนั้นให้ด้วย ปัจจุบันก็พยายามสนับสนุนเรื่องจดสิทธิบัตร</p>				

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
		กฎระเบียบภาครัฐ/ การติดต่อกับภาครัฐ	การปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ ก็จะอยู่ในแผนด้วย จะทำอะไรให้ ผู้ประกอบการ เข้าถึงแหล่งเงิน ได้มากขึ้น ก็มีเรื่อง ของการแก้ไข กฎหมายรวมถึง ความสามารถใน การพัฒนา นวัตกรรมของ SMEs ภาคการ ผลิต จะต้องเพิ่ม มากขึ้นอาจจะต้องมี การกำหนด กลุ่มเป้าหมายไม่ใช่ เหวี่ยงแหไปหมด .. - ส่วนเรื่องใหญ่ใน เรื่องกลไกการ ผลักดันนโยบาย ไปสู่ปฏิบัติ				- ในการจด สิทธิบัตรคำว่า นวัตกรรมมันเป็น อะไรที่ สิ่งใหม่ที่เรา สร้างมาแล้วมันมี คนอยากซื้อ แต่ สิทธิบัตรนี้มันจะ เน้นที่อินเวนชัน ที่ต้องใหม่...ก็ พยายามที่จะทำให้ คนสร้างอินเวนชัน ชั้น ที่คนอยากซื้อ ด้วย เพราะฉะนั้น สิทธิบัตร เงินไป ของการจด สิทธิบัตร คือ ต้อง ใหม่ ต้องมีการ ประดิษฐ์ที่สูงขึ้น ต้องใช้ประโยชน์ เชิงพาณิชย์ได้ เขา ถึงจะรับจด สิทธิบัตร						...แต่กลุ่มเป้าหมาย ของเราเขาอาจจะ ไม่อ่านข่าว พอเขา ไม่อ่านเขาก็ไม่รู้ว่ามี คนช่วยปิด GAP ในขณะที่เดียวกันเขา บอกว่าเสียเวลา แล้ว Bank ต้องการ เอกสารเยอะมาก แล้วก็กว่าจะอนุมัติ เขาก็อาจจะขาดใจ ตายก่อน เขาขอ จ่ายดอกเบี้ยนอก ระบบ ซึ่งเรารู้ ปัญหาแต่ของ บางอย่างมันก็จะทำ แบบนั้นไม่ได้	

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			<p>หน่วยงานต้องทำงานเชื่อมกันให้มากขึ้น ต้องบูรณาการซึ่งกันและกัน หน่วยงานต่างคนต่างทำ ปัจจุบัน สสว. เป็นฝ่ายเลขาของคณะกรรมการบูรณาการ</p> <p>1. เหมือนกับให้มีทิศทางร่วมกัน</p> <p>2. เชื่อมต่อกันไม่ใช่ต่างคนต่างทำแล้ว ผลผลิตผลลัพธ์ก็เลขกระจัดกระจาย ไม่มีพลังแทนที่คนที่มีความรู้จะถูกผลักดันให้สุดมันก็ไม่ดัน ดันไม่สุดเขาไปต่อไม่ได้ อันนี้คือ แนวคิดเรื่องกลไก</p>				<p>- สามารถไปยื่นคำขอได้ที่พาณิชย์จังหวัด หลังจากนั้นพาณิชย์จังหวัด จะส่งค่านั่นมาที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา</p> <p>- ค่าขอขึ้นจดสิทธิบัตรมันก็จะไปลาวนโหลดที่หน้าเว็บไซต์ของกรมฯ ได้</p> <p>-ในการ Support กับ SMEs ที่ผ่านมา</p> <p>1. มีเจ้าหน้าที่ไปอยู่ประจำศูนย์ที่พาณิชย์จังหวัดทั้งหมด 7 แห่ง เพื่อให้บริการเรื่องช่วยเหลือคำขอที่เขาจะจัดทำคำขอ แต่จะ</p>						

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			- เปิดศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จวันสตอปเซอร์วิส ปัจจุบันมี 11 ศูนย์แล้วก็จะตั้งเพิ่มอีก 20 ศูนย์ ในปีนี้เราจะมี 32 ศูนย์ แล้วก็ปี 60 เราพยายามจะมีให้ได้ทั่วประเทศ				ไม่ละเอียดถึงขกร่างค่าขอแบบนี้ 2. ประสานความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในภูมิภาค 6 แห่ง ให้คำแนะนำเรื่องนี้						
		การสื่อสารข้อมูลที่เป็นที่เหมาะสม	ซึ่งปัจจุบันระบบข้อมูลของเราที่พยายามให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการเพื่อที่จะ 1. จะรู้ข้อมูลเขา 2. รู้ว่าเขาต้องการอะไร ต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนอะไรจากภาครัฐ 3. รู้ว่าเขาใช้บริการอะไร เพราะว่ามันไม่ดีควรใช้	- ที่ต้องเร่งพัฒนาคือ นกออกแบบและโปรแกรมเมอร์ถ้าเราจะเป็นเรื่องของ 4.0 ให้ได้ก็ต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ได้เยอะที่สุดเพื่อลงเมสได้เยอะ	...บริการทางสายด่วน 1669 ... การให้บริการแบบ OSEC คือ การให้บริการแบบ One stop export service ... ในปี พ.ศ. 2560 จะเปลี่ยนเป็น One loop ... สำนักงานพาณิชย์จังหวัดจะเป็นคนดูแล	- มีโครงการประสานกับมหาวิทยาลัยในภูมิภาค - เพื่อให้มีหน่วยให้บริการประชาชน โดยเฉพาะ SMEs ในภูมิภาคโดยภาคเหนืออีก ประสานกับ มข. ภาคใต้ก็ ม.สงขลานครินทร์ วันออก ก็ ม.บูรพา ภาคใต้มี 2 แห่งก็จะมี	สามารถดูข้อมูลได้ทั้งหมดในเว็บ มีสื่อประชาสัมพันธ์ ต่าง ๆ	- ส่วนใหญ่ SMEs จะไม่ค่อยรู้ข้อมูลข่าวสารเยอะมาก - มันก็เป็นความใส่ใจของผู้ที่เข้ามา...บางที่ไม่ได้มีโปรเจกต์ไม่ได้ให้ความสนใจก็จะจะลืมนั่นไป เราพยายามกระตุ้น เรามีทั้งจัดสัมมนา เรามีทั้งการเผยแพร่เรื่องสื่ออื่น ๆ หนังสือพิมพ์ วิทยุ				เราก็อยากให้หน่วยงานรัฐหรืออะไรอย่างนี้ ที่บางที่มีบทบาทตรงนี้ก็ Sharing การใช้ประโยชน์ ... ประโยชน์จากบทบาทที่เราทำเพื่อให้ SMEs เข้าถึงแหล่งทุนได้มากขึ้น	ทำโครงการ SMEs Proactive สถาบันของเราเนี่ย ไปทำโครงการเนี่ย เพื่อที่จะมาใช้ สิ่งที่เราทำ ก็คือ เราเดินสายทั่วประเทศ บรรยายเรื่องของเรา AEC ต้องทำให้เขาเห็น

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			<p>บริการซ้ำ ๆ เรื่องตลาด กระทรวงพาณิชย์ทำ สสว. ก็ทำ บางส่วน กระทรวงอุตสาหกรรมก็ทำ บางส่วน ราชหนึ่งไปทุกงานเลยเพราะรัฐอุดหนุน เราก็พยายามจะ Track ก็ต้อง Track ให้ได้ว่ามีผู้ใช้บริการซ้ำหรือไม่ เพื่อที่จะได้เปิดโอกาสให้คนอื่นบ้าง คนที่เข้าไม่ถึงจะได้มีโอกาสเข้ามาขึ้น ไอ้กลไกพวกเนี่ยเราก็ต้องปรับด้วย</p> <p>1. การเข้าถึงบริการภาครัฐให้กลุ่มคนที่หลากหลายมากขึ้น เข้าถึง</p>				<p>ม.วลัยลักษณ์อีกแห่งหนึ่ง ภาคกลางก็จะมี ม.นเรศวร ที่ค่อนข้างไปทางเหนือ แล้วก็ทางอีสานจะเป็น ม.ขอนแก่น ก็รวมทั้งหมด 6 มหาวิทยาลัย เป็นหน่วยที่ SMEs ในต่างจังหวัดสามารถเดินเข้าไปปรึกษาได้</p>		<p>ทีวีก็มีที่เป็นรายการสั้น ๆ ก็ออกทุกทาง รวมทั้งออนไลน์ก็มี สสว. เขาก็มีแพคเกจของบีโอไอ</p>				

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสท.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
			2. การเสนอบริการ ภาครัฐให้ทำงาน เชิงรุกมากขึ้น ไม่ใช่ นั่งรอผู้ประกอบการ ทำอย่างไรให้คำ ผู้จัดเรา ก็เข้ามาหาสิ ผู้จัดเรื่องก็ชวนขาย เองพยายามให้ ทำงานเชิงรุกมากขึ้น ช่องทางอย่างหนึ่ง เราพยายามให้ บริการทางออนไลน์ เพราะออฟไลน์ อาจจะไม่ค่อย สะดวกมีหลาย ข้อจำกัด 3. พยายามให้ บริการมันเชื่อมต่อ กัน									

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน												
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสท.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม			
		การเข้าถึงแหล่งเงินทุน/ แหล่งเงินทุน/ เงินลงทุนในเทคโนโลยีการผลิต	ปัจจุบันจะมีการผลักดันให้มีการใช้กฎหมายหลักประกันธุรกิจ เพื่อให้ SMEs ใช้หลักทรัพย์สินที่เคลื่อนไหวได้ หลักทรัพย์สินที่มีตัวตนมาเป็นเกณฑ์หลักทรัพย์สินได้ อย่างเช่น สต็อกสินค้าเข้ามาเป็นหลักทรัพย์สินกู้เงินได้ รถยนต์ แอ๊กเค้า ริชีเพอเบิล อะไรพวกเนี่ย พวกไบออร์เคอร์ สัญญา ซับคอนแทร็กเตอร์ เป็นต้น ส่วนที่ไม่เห็นตัวตน Intangible assets อย่างเช่น ทรัพย์สินทางปัญญา ถ้าเรา	- จะมีการตั้งศูนย์ Rescue SMEs สร้างแล้วพอส่งเข้ามาปัญหาเรื่องเงินหรือ เราก็ส่งต่อ แต่ยังไม่มียหลักเกณฑ์ อยู่ระหว่างที่กำหนด			...ศึกษาเรื่องของแนวทางในการประเมินราคา ... ก็จะมีคู่มือให้ Bank ว่าวิธีการคำนวณเป็นอย่างไร ... SMEs รู้ว่าทรัพย์สินทางปัญญาของตัวเองจะตั้งต้น ก่อนที่จะไปเจรจากับ Bank ทาง Bank ก็จะมีคู่มือแบบนี้ เพื่อจะรู้ว่ามันจะให้ราคาเขาเท่าไร แล้วต่างคนก็ต่างจะได้อะไรที่เหมาะสม แต่ก็ต้องอาศัยคนกลาง ก็คือ ต้องไปเจอกับผู้ประเมินราคาที่ช่วย เพราะ Bank ก็ไม่มี	มีกองทุน กู้ของกรมฯ คือ กู้ไปอบรมคน ก็จะมีข้อจำกัด เงินกู้เพื่อฝึกอบรมพัฒนาบุคลากร หรือจะจ้างคนในภาคเรานี้ยแต่ต้องเอาไปฝึกอบรมพัฒนา นอกจากนี้ก็มีให้แรงงานกู้โดยใช้เกณฑ์การเรียกเงินกลับแบบ กยศ หลักใหม่ให้ป็นล้าน หลักการทำให้ 3 แสน					- จะเป็นการชวนคนมาเป็นเจ้าของนะ ซึ่งอันนี้เป็น การคอนเฟิร์มที่บอกว่าเจ้าของพร้อมไหม ที่อยากให้คนอื่นมาเป็นเจ้าของด้วย	...งานทางด้านงานมาร์เก็ตติ้งก็ แล้วก็ ...งาน PR เรา ก็คือ สาขานี้แหละก็คือ ตัวกระบอกเสียงที่ติดต่อกับลูกค้า ...อย่างที่เรียนว่า ก็ยังมีคนไม่รู้จักรเราอะนี่คือ สิ่งที่ต้องพยายามไปรโมทออกไป แต่ว่ามันไม่ใช่องค์กรที่มีเงินเยอะ ก็จะไม่สามารถอัดฉีดโฆษณาได้	รัฐบาลก็มีมาตรการออกมาในลักษณะที่เป็นการช่วย SMEs ให้ เข้าถึงแหล่งเงินทุน ก็จะบอกให้ทาง บสย. ไปช่วย ค้าประกัน ทางธนาคารออมสิน ปล่อยสินเชื่อ บอกให้ธนาคารของรัฐเข้าไปช่วย อาจจะเข้าไปช่วยสินเชื่อ อย่างนี้ เป็นต้น มาตรการอันนี้หรือนโยบายอันนี้ ผมคิดว่าในแง่หน้าที่เนี่ยมันก็ได้ผล เพราะ SMEs ส่วนใหญ่ก็จะมีปัญหาเรื่องการเข้าถึง ในส่วนที่มันไม่ถึง

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			เป็นเจ้าของ ทรัพย์สินทาง ปัญญานี้ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตรไปเป็น หลักทรัพย์สินได้ หรือ ว่าแบรนด์ดังถ้าเรา เป็นเจ้าของ แบรนด์นม...ก็เอา แบรนด์เป็น หลักทรัพย์สิน... คน ดูแลเรื่องนี้เป็น กระทรวงพาณิชย์ สิ่งที่ สสว. ทำ คือ เราอุดหนุน กระทรวงพาณิชย์ เพราะว่าก่อนที่ทำ อย่างนั้นได้ ผู้ประกอบการต้อง มารีจิสเตอร์ ทรัพย์สินของตัวเอง ที่มีอยู่ โดยเฉพาะ ทรัพย์สินที่มีมัน เคลื่อนย้ายได้				เวลาที่จะมา ประเมิน โดยจะลึก						ก็คือพวก SMEs ที่ เคยมีปัญหา

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			ทรัพย์สินที่ไม่มี ตัวตนและก็จะไม่มี ระบบประเมินราคา คือ ต้องรีจิสเตอร์ ทั้งสองฝั่งของ คนปล่อยเงิน สถาบันการเงิน แล้วที่ฝั่ง SMEs ก็ หวังว่ามีอะไรก็มา จดทะเบียนไว้แล้วก็ มาตีราคา สถาบัน การเงิน อาทิเช่น ธนาคารพาณิชย์ เดี๋ยวนี้ก็มี บสย. ที่ช่วยค้ำประกัน ลักษณะเป็น ค้ำประกันสินเชื่อ เหมือนกัน บสย. ก็ ทำให้ภาคการผลิต อันนี้ ก็คือ กฎหมาย ที่เอื้อให้มีการใช้ หลักทรัพย์ ที่ หลากหลายมากขึ้น										

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			แทนที่จะใช้ที่ดินโรงงานอย่างเดียว										
		กระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก							บีโอไอมีการให้สิทธิพิเศษเพิ่มเติม.. ถ้าหากมีการซื้อไอทีมาทำในโรงงานไปซื้อบิ๊งไอทีเชิง ๆ เราเอาเข้ามาสู่การผลิตเราได้	มีโครงการใช้สิทธิประโยชน์จากนวัตกรรมที่เรียกว่า คุ้มครองนวัตกรรม			
กลาง (Meso)	ปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม		- ... อุดหนุนการทำงานของการทำงานการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ โดยเรา อุดหนุนหน่วยงานให้ไปทำงาน ก็คือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเน้นภาคการผลิต สภาอุตสาหกรรม ก็เน้นภาคการผลิต หอการค้าเขาจะ	- คนไทยเก่งเรื่อง One man show แต่ถ้าเป็นเครือข่ายเมื่อไรขายตัวอย่างที่ดีที่สุดคือ ชัยภูมิ ชัยภูมิสร้างเป็นคลัสเตอร์รุ่นแรกทีคนไปดูงานแต่เดี๋ยวนี้อะไรจะเพราะว่าพอกังเสร็จแยกตัว ไปสร้างเครือข่ายระดับวิสาหกิจชุมชน			ภาพรวม ในส่วนของแรงงานเอง เขามีการสร้างเครือข่ายร่วมกัน	ถ้าเกิดเรามองในเรื่องของการเชื่อมโยงอันนี้คือให้เกี่ยวเนื่องกับคลัสเตอร์ เราทำออกมากร่วมมือกับอุตสาหกรรมแล้วก็ทางสภาพัฒน์ฯ ด้วย คลัสเตอร์เราเกิดขึ้นมาจากแนวคิดว่า อุตสาหกรรมใน	- เครือข่ายเป็นคอนเซ็ปต์ที่มีมานานแล้ว การเป็นเครือข่ายมันก็คืออยู่ แล้วมันเรียกการ Pool resource แต่พอดีเครือข่าย ปัจจุบันที่เราเห็นกันเนี่ยมันจะเป็น เครือข่ายเฉพาะทางของกลุ่มคนเฉพาะด้าน อย่างเช่น เครือข่ายสมาคม			การที่จะเป็นคลัสเตอร์และได้ผลต้องมืออยู่ 3 Mutual 1. Mutual trust ต้องมีความไว้วางใจเชื่อใจ คือการที่รวบรวมกันเป็นสมาคม มีปฏิสัมพันธ์มีอะไรกันแล้วเนี่ย รู้เนื้อเชื่อใจ ความเชื่อใจก็จะเกิดขึ้น การทำการค้าการขายร่วมกัน	

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน												
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสท.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม			
			มีทั้งเรื่องการค้า บริการด้วย กระทรวงเกษตรฯ แล้วก็มีภาคไทย มหาดไทย คือ กลุ่ม จังหวัด คือ วิสาหกิจชุมชน อาจ มีโอท็อป ต้องเป็น ผู้ประกอบการเชิง ธุรกิจเป็นโอท็อป เชิงธุรกิจ... กระทรวงวิทย์ฯ วว. เขาไปทำคลัสเตอร์ ทางภาคใต้ที่ สุราษฎร์ฯ เขาก็ พยายามไปเพิ่ม มูลค่าผลิตภัณฑ์ข้าง ให้กับ 1. ชาวสวนยางที่มา ทำเชิงธุรกิจแล้ว อยากจะแปรรูป 2. คนแปรรูปจาก ผลิตภัณฑ์จากยาง	เหมือนกันเลย สร้าง เสร็จกลุ่มยิ่งขยาย ก็ แตกเร็วมากเลย คน นี่ก็อยากสร้างใหม่ แต่สร้างละไม่ เข้มแข็ง สร้าง เครือข่ายต้องใช้ เวลาอย่างที่บอก หลักการคลัสเตอร์ เขาใช้ต่างประเทศ ที่ต้องแชร์ทุกอย่าง เอเวอรี่ดียูแคนแชร์ แต่ของเราไม่ใช่ ของเรารายใหญ่ไม่ ช่วยรายย่อยนะ รายใหญ่นบ้านเราเอา เปรียบรายย่อย - คลัสเตอร์หัวใจ หลักถ้าไม่แชร์ ก็คือจบ - แต่สิ่งที่น่าจะ เหมาะที่สุดสำหรับ						ประเทศที่คิดว่ามี ศักยภาพ	การค้า เครือข่าย นักวิชาการเฉพาะ ด้าน ถ้าเชิงในตัว Traditional SMEs เนี่ย มันก็ยังเวิร์กใน ตัวของมัน - อุตสาหกรรม ๆ นี่จะต้องใช้ความรู้ มากกว่า 1 สาขา เพราะฉะนั้น การรวมกลุ่มแค่ เครือข่ายไม่พอเป็น เรื่องของการ เชื่อมโยงเครือข่าย โดยการ Connect the dot เนี่ยมันจะ เป็นการใครจะมา เป็นคนคอนเนคซึ่ง โดยทั่วไปเนี่ยการ ให้มันคอนเนคเอง โดยธรรมชาติโดยที่ ไม่มีตัวเร่งมัน อาจจะช้า การสร้าง				2. Mutual standard ต้องมีมาตรฐาน เดียวกันมีมาตรฐาน คนละอย่างไม่ได้ รัฐบาลมี สมอ. ตรงนั้นเนี่ย รัฐมี บทบาทในการทำ ให้เกิดตรงนี้ได้ สามารถทำการ ส่งเสริมการทำที่ได้ มาตรฐาน จริง ๆ แล้วไอ้ตัวสถาบัน ISO ก็มีส่วนที่เข้า ไปช่วยตรงนี้ได้ 3. ต้องมี Mutual benefit ส่วนต่าง ๆ เนี่ย อินเดอะชัส ใน ที่สุดแล้วมันจะต้อง มี Mutual benefit เพราะถ้าไม่มีเมื่อ มารวมกันแล้วมี ความเสี่ยงเพิ่มขึ้น

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน														
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม					
			ให้มีการรวมกลุ่มกัน อันนั้นก็เป็นตัวอย่างหนึ่ง หรืออย่างกลุ่มเครื่องสำอางค์ สมุนไพรเขาก็มารวมกันเป็นคลัสเตอร์กัน ประมาณ 20 กว่าราย มีผู้นำคลัสเตอร์ เรียกว่า ซีดีเอ หรือ Cluster development agent - SMEs ต้องไม่แสดนอโกลน เพราะว่าความสามารถในการแข่งขันเราน้อย ถ้าเราโดดเดี่ยวคนเดียวมันก็ยิ่งน้อย ระบบเศรษฐกิจมันก็เปิดมากขึ้น ของจีนก็	คนไทยน่าจะเป็นเครือข่าย เป็นคลัสเตอร์แนวใหม่ ไม่ต้องมีสเปซ ข้อดีของมันก็คือ การทำเซนเชื่อมกันได้เพื่อใช้เวสกันได้แต่ข้อเสียของมัน ก็คือว่าสิ่งเรารู้คนละองค์ความรู้	- กำลังพัฒนาโมเดลในระดับนี้ เราที่เลยจะมีโครงการทั้งรูปแบบเครือข่าย รูปแบบที่พัฒนาแล้วเป็นกลุ่มเข้ามาช่วย ที่จะปรับ ก็คือปรับให้มีการสร้างปฏิสัมพันธ์กันในรูปเครือข่ายไปก่อนแล้วค่อยยกระดับ											ตัวเร่งที่จะไปช่วยทางเรามองว่าสิ่งสำคัญถ้าเกิดเป็นเราโอเคเนตเวิร์ค หรือคลัสเตอร์แต่ละตัวมันคืออยู่แล้ว แต่หน้าที่ของเราในหน่วยงานภาครัฐที่จะต้องไปพยายามโปรโมทเพื่อให้เขาเกิด- เรามีฝ่ายที่ดูแลทางด้านเนตเวิร์คแต่จริง ๆ เนื่องจากเนตเวิร์กมันมีหลายระดับมีหลายมิติ บางทีการคอร์สเนตเวิร์กมันทำได้ยาก มีเนตเวิร์กที่เป็นกลุ่มเฉพาะ	โดยที่ไม่มีผลตอบแทน ไอ้ตัวซัพพลายก็จะไม่เกิดขึ้น คนที่เข้ามาเป็น Register เป็น Supply chain เดียวกัน คลัสเตอร์เดียวกันควรจะ มี Benefit เดียวกัน เพราะฉะนั้น 3 Mutual เป็นตัวสำคัญที่รัฐบาลต้องส่งเสริม

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			เข้ามาคิดตลาดของ เวียดนามก็มา แล้ว ตลาดที่เราจะเปิด กว้างมากขึ้น ไอ้ตลาดที่นำเข้ามา กว้างขึ้น - ต้องยื่นให้ต่อเนื่อง อันที่ 1. นโยบายต้อง ต่อเนื่อง 2. การ สนับสนุนต้อง ต่อเนื่อง แต่ว่าต้อง สนับสนุนตาม ศักยภาพเขาไม่ใช่ คั้นทุ้ง ต้องเป็น เหมือน Demand driven ต้องเกิดจาก ความต้องการใน การพัฒนาแล้ว ภาครัฐก็ไปช่วยเติม เต็มไม่ใช่ไปคิด แทน ไปช่วยเติม เต็ม แต่ว่าเรื่องของ	ประสบความสำเร็จ เขาใช้การตลาดมา เป็นตัวนำ เพราะ บ้านเรามีปัญหาหอ ขาดของ SMEs คือ ตลาดอย่างเดียวเลย									

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสท.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
			<p>การพัฒนาช่าง คือ ไปสร้างความตื่นตัว ให้เขา ไปเติมเต็ม เรื่ององค์ความรู้จะ เอาช่างไปเป็นที่เลี้ยง</p> <p>- คลัสเตอร์มีหัวใจ สำคัญ ก็คือ การ แชรร์ริ่งระหว่าง ผู้ประกอบการอื่น แชรร์ริ่งโนเลท แชรร์ริ่งตลาด การแชรร์ริ่งแล้วก็การไว้เนื้อเชื่อใจ ซึ่งยกใน สังกมไทย ต้องทำแบบว่าเอาจริงเอา จังแล้วก็ทำให้ต่อเนื่อง มันถึงจะ เกิดได้ ทำกลุ่มที่มี ศักยภาพที่รวบรวมตัว กันแล้วได้ประโยชน์ กันและกัน</p>									

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
องค์กร (Firm)	ปัจจัยด้านกลยุทธและปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	กลยุทธ์องค์กร	- ในส่วนของ SMEs บอกได้เลยว่าส่วนใหญ่ไม่มียังไม่ค่อยมีกลยุทธ์ - เวลาเราอบรมเนี่ยเราจะให้ความรู้เรื่องนี้เป็นอันดับต้น ๆ เลข การทำแผนธุรกิจ เรามองว่าหนึ่งเป็นการวิเคราะห์ตัวเองสองเป็นการวาง Position ธุรกิจของตัวเอง สามเป็นการเรียนรู้บริบทในการทำธุรกิจ นอกจากดูกิจการตัวเองก็ต้องดูกิจการคู่แข่ง ต้องดูสภาพแวดล้อมทั้งระดับใกล้ตัว โลกตัว เดี่ยวนี้ทำธุรกิจเล็ก ๆ น้อย ๆ ยัง	- กลยุทธ์โอเค นโยบายโอเคแต่การนำไปใช้ยังช้าช้อนกัน	- การส่งเสริมการสร้างกลยุทธในองค์กรที่ทางกรมฯ ทำอยู่ก็จะเป็นในรูปแบบของ E-Learning ... บางหลักสูตรเสียเงิน บางหลักสูตรจัดอบรมให้ฟรี.... ในงานแสดงสินค้านานาชาติ... ก็จะมีห้องอบรมให้ โดยทุกงานแสดงสินค้าจะให้สำนักงานพาแขกชาวต่างชาติเข้ามา ในขณะที่เดียวกันแต่ละสำนักงานก็จะต้องมาขึ้นเวทีพูดเวลามีอบรมว่าตอนนี้ตลาดนี้เป็นยังไงบ้าง ... เพื่อให้ SMEs หรือผู้ประกอบการเข้า					ในช่วงนี้เราจะได้อินคำว่าไทยแลนด์ 4.0 ค่อนข้างเยอะ เป็นการเตรียมความพร้อมของเราให้พร้อมจะเปลี่ยนแปลงไปไทยแลนด์ 4.0 ก็คือคอนเซ็ปต์คือระบบเนี่ยตัวใหญ่ทั้งภาคการผลิตหรือภาคการบริการก็แล้วแต่เนี่ย มันจะเข้าสู่พวก ออโตเมชั่นมากขึ้น เน้นเรื่องการนำ S&T มาใช้ ถ้าเป็น Key word จริง ๆ ก็จะเป็น Port folio management ของตัวบริษัทซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการจัดการตัวพอร์ต	... เราต้องทำเรียกว่าแผนวิสาหกิจประจำปี ยุทธศาสตร์ของเราต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 20 ปี แล้วก็แผนพัฒนาฉบับที่ 12 รวมถึงยุทธศาสตร์เฉพาะของกระทรวง การคลัง ขึ้นนั้น ก็คือว่าในเรื่องของการให้ความรู้ เราเรียกมันว่า Financial literacy	มาตรฐานการบริหารความเสี่ยง ปัจจุบันเราใช้กับพวกบริษัทใหญ่ บริษัทที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ จะต้องมีการบริหารความเสี่ยง ซึ่งเรื่องนี้มีมาตรฐานที่จะไม่ค่อยตรงกัน

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสท.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			ต้องดูภาวะเศรษฐกิจเลข - ส่วนการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญานั้น บอกได้เลขน้อยมาก SMEs เรา คือ กำลังไม่ถึงกำลังความรู้ กำลังเงิน อันที่สองคือ ทำแล้วไม่คุ้ม		มาฟังรับทราบว่าตอนนี้มันเปลี่ยนไปแล้วนะ พฤติกรรมมันไม่ใช่ อย่างนี้ชอบแบบนี้มากกว่าอะไรอย่างนี้ เพราะฉะนั้นคือในงานแสดงสินค้าคือนอกจากว่าผู้ซื้อผู้ขายมาพบกันแล้วมันจะมีการอบรมให้ความรู้คนทั่วไป อีกด้วย					ตัวนี้			
	การตลาดและการตลาดในระดับสากล	การตลาดและ... ให้อาตลาดเป็นตัวตั้ง เป็นตัวนำเสร็จแล้วค่อยไปดูว่าถ้าตลาดต้องการอย่างนี้ เราจะปรับเรื่องการผลิต การบริการอย่างไร ก็พูดกันมานานแล้ว เราจะต้องปรับเรื่องการบริการ	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็ต้องสอดคล้องกับตลาด	จะพยายามให้ผู้ประกอบการสร้างแบรนด์เป็นของตนเอง แล้วก็พัฒนาแบรนด์นี้ให้เป็นที่รู้จัก พอรู้จักแล้วก็จะขายง่าย				หน่วย Build development คือ ตลาด	ตลาดเป็นปัญหาหนึ่ง ประเด็นแรกเลยเป็นวิธีของการทำตลาด ภาครัฐก็มีปัญหาในด้านนวัตกรรมที่ทาง สวทช ทำอยู่ ซึ่งตัวนี้มันจะแสดงป้ว่าภาครัฐสามารถจัดซื้อได้ ซึ่งจะลดข้อจำกัด			ปัญหาสำคัญคือปัญหาเรื่องของภาษา ถ้าภาษาเราก็คือมาจากประเทศไทยไหนก็รับได้ทั้งนั้นแหละ เอาแค่ภาษาเดียว ภาษาอังกฤษเนี่ยไปไม่รอดละ จะไปรับออเดอร์ที่ไหน คุยกับเขา	

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน													
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม				
		จัดการยังไง นวัตกรรมเรามอง ว่าตลาดสมัยใหม่ เทคโนโลยีที่ เปลี่ยนไปเร็ว โครงสร้างสังคมก็ เปลี่ยนไป เซกเมนท์ มันเริ่มมากขึ้น								หรือลดปัญหาที่เกิด จากที่ว่าภาครัฐเวลา จัดซื้อจัดจ้างจะอิง มาตรฐาน แต่ สำหรับภาคเอกชน มาตรฐานมันเป็น ส่วนนี้โดย ส่วนใหญ่เขาอาจจะ ไม่ได้ตัดสินใจ มาตรฐานเป็นหลัก จริง ๆ ก็มีวิธีที่ เรียกว่าเป็น กระบวนการตลาด ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่ง ไอ้ตัวเนี่ยมันจะต้อง อาศัยความ เชี่ยวชาญ ซึ่งก็จะมี กูรูหรือคนที่มี ประสบการณ์ให้ ที่เขาจะสามารถ แนะนำได้ ซึ่งหาก เรามีบริการที่จะ เป็นที่ปรึกษาไป						ก็ไม่รู้เรื่องแล้ว เพราะฉะนั้นสภากที่ สำคัญอันใหญ่เลย คือเรื่องของภาษา ภาษาเนี่ยจะทำให้ คุณสามารถที่จะไป ดูตลาด เชื่อมโยง กับตลาด ต่างประเทศ ไป เชื่อมโยงกับผู้ค้าใน ต่างประเทศ เชื่อมโยงกับผู้ผลิต ในต่างประเทศ อันเนี่ยเป็นมันเนี่ย ต้องมีทักษะ ทางด้านเนี่ย

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
		คุณลักษณะของการบริหารจัดการองค์การ	มีเรื่อง 2-3 เรื่องที่เราอยากให้ความรู้ผู้ประกอบการ เรื่องของอินเทอร์เน็ต โลจิสติกส์ ซึ่งมีตั้งแต่เรื่องของการสต็อกสินค้า การลำเลียง การขนส่ง การนำเข้าวัตถุดิบ การผลิต และเป็น การสต็อกสินค้า แล้วส่งไปสู่ตลาด ผู้บริโภค อันนี้เราอยากให้มีการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนหรือว่าเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น อีกเรื่องหนึ่งคือเรื่องของการจัดการทรัพยากรทางการเงินเนี่ย ก็ถือว่าเป็น	- ในอนาคตทุกหน่วยต้องทำแบบนี้ เป็นองค์ความรู้ที่เขาสามารถไปเรียนรู้เอง โดยเฉพาะผู้ประกอบการใหม่ชอบเล่นไอที ให้กราฟเบ้ซ้ายเบ้ขวา ซึ่งตอนนี้ยังไม่เห็นกลยุทธ์นี้ ตอนนี้กลยุทธ์ที่ใช้คือการใช้สื่อ - การให้ความรู้ผ่าน Mobile application					ในส่วนของคุณลักษณะการจัดการบีโอไอก็จะแนะนำให้ทำเป็นระบบ ISO ต่าง ๆ ซึ่งมันเป็นเงื่อนไขที่จะต้องทำ	ประกอบเขาหรือให้เขามองหาวิธีใหม่ ๆ ในการทำตลาดหรืออาจจะเป็นคนที่ไม่เชื่อมโยงไปเน็ตเวิร์ก มันก็อาจจะ เป็นรูปแบบการสนับสนุนรูปแบบ เนิง กลไกการส่งเสริมรูปแบบหนึ่งก็ได้ จริง ๆ ตลาดสำคัญอยู่แล้ว ไม่มีตลาด ก็คือ ไม่มีอินเตอร์เน็ต - ผมเชื่อว่า Traditional SMESs รวมถึง Smart SMESs มีความตระหนักในเรื่องของการบริหารจัดการก็ เป็นประโยชน์	คนไทยต้องเป็นคนไทย 4.00 ด้วย ต้องเป็นอินเตอร์ แทนที่จะมูฟอูในประเทศ ไม่สูงถึงกับใครเนี่ย อันนี้เราอยู่อย่างนี้ไม่ได้	

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
			ส่วนที่สำคัญจากการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการมีปัญหาในเรื่องของการเงินเนี่ยหลาย ๆ เรื่อง เรื่องหนึ่งก็คือเอาเงินกู้ระยะสั้นมาใช้ลงทุน ซึ่งมันไม่ถูกมันเพิ่มต้นทุนอีกเรื่องหนึ่ง ก็คือเรื่องของบริหารกระแสเงินสดไม่ดี อย่างเช่นให้เครดิตไลน์เขา 3 เดือน แต่ตัวเองได้เครดิตไลน์ 1 เดือน ในทางบัญชีเหมือนตัวเองมีรายรับรายจ่ายแต่ในทางความเป็นจริง ก็คือเงินหายไป กับอีกเรื่องหนึ่ง คือ การวิเคราะห์งบ ว่าจบ							- ในส่วนของกระทรวงอุตสาหกรรมก็มีการไปรโมทเอาพวกบริหารจัดการต่าง ๆ เข้ามาใช้ อย่างเช่น MRP เข้าไปใช้บริหารจัดการโรงงานรวมถึงการเอาซอฟต์แวร์เข้าไปช่วย หรือแม้แต่ตัวโปรแกรมของกระทรวงไอซีทีที่เขาพยายามจะผลักดันต่างประเทศที่เรียกว่า Digital economy ดิจิทัลก็จะเป็นตัวเสริมที่จะทำให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทุกอย่างมันจะถูก Digitalize เกือบหมด เรื่องของการรีพอร์ต				

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			<p>การเงินของเขาเป็นแบบนี้แสดงว่าตัวเองมีจุดอ่อนจุดแข็งอะไร ตรงไหนบ้าง เรื่องพวกนี้เป็นเรื่องไฟเนอรัลเรซซ์คือความสามารถในการบริหารจัดการเรื่องเงินเนี่ยมันเป็นเรื่องหนึ่งที่เราอยากให้ความรู้ผู้ประกอบการมากขึ้นเพราะว่าการเซอร์เวย์ของเรา SMEs มีปัญหาเรื่องนี้อยู่ไม่สามารถมาวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็งของตัวเองจากการเงินได้ จากบัญชีของตัวเองได้อีกเรื่องคือ</p>							<p>โปรแกรมมอนิเตอร์เรื่องของ Manage Flow ต่าง ๆ เนี่ยมันจะทำให้ง่ายขึ้นและก็ถูกต้องมากขึ้น มันก็คือการเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการส่วนใหญ่ตระหนักและก็รับรู้อยู่แล้วมันจะไปอยู่ที่ว่าเรื่องของ Cost และการลงทุนหรือต้นทุนในการลงทุนว่าคุ้มค่าหรือเขาพร้อมที่จะดำเนินการมากแค่ไหน</p>			

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
			<p>ชมรมมากินบาค ผู้เงิน มาแล้วไม่เอาไปใช้ ทางธุรกิจมาใช้ ส่วนตัว แยกบัญชี ไม่ออก ส่วนตัว ส่วนธุรกิจส่วนรวม เรื่องของบัญชี การทำบัญชีให้เป็น วิเคราะห์ให้เป็น แล้วก็ทำบัญชีเดี่ยว อันนี้เป็นเรื่องธรรมดา มากินบาคละ ไม่ใช่มี บัญชีสรรพากร บัญชีตัวเอง บัญชี ภรรยา ควรจะมี บัญชีเดี่ยว เพราะว่า ตอนนี้ภายี่มันลดมา เยอะ 20 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งมันก็ไม่ได้สูง มาก สมัยก่อนมัน 30-35 ถ้าถ้าไรไม่ เกินเท่าไร มันก็ยังมี อีกนะเป็น 10</p>									

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสด.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			เปอร์เซ็นต์ 15 เปอร์เซ็นต์ ถ้าไม่ เกิน 1 ล้าน ไมเกิน 3 ล้าน ถ้าไม่ถึงล้าน แปด ก็ไม่ต้องเข้า ระบบเวทตรงนี้ ด้วย ความรู้เรื่อง ของบัญชีแล้วก็ภาษี - เป็นเรื่องที่เร อยากให้ความรู้ ผู้ประกอบการให้ มากขึ้น เรื่องอะไรที่ เกี่ยวกับการบริหาร ต้นทุนการผลิต ลด ของเสีย Lean management หรือ Just in time บริษัทใหญ่ ๆ ใช้ก็ หลักการมาให้ SMEs นะ ต้อง พร้อมส่งของไม่จั้น มีปัญหากันในทาง ธุรกิจ แต่ SMEs จะ										

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
			สต็อกยังไม่ให้เป็นการมาก สร้างองค์ความรู้ให้									
		นวัตกรรมขององค์กร	SMEs ส่วนใหญ่ที่มีศักยภาพยังไม่สามารถทำนวัตกรรมด้วยตัวเองได้ เพราะว่า 1. เงินไม่ถึง 2. ความรู้เทคโนโลยีไม่ถึง ส่วนนี้เป็นส่วนที่กลไกตลาดทางภาครัฐต้องไปช่วยเสริม ภาครัฐก็ไปเติมเต็มทำไงให้เขาจะมีองค์ความรู้ เงินไม่ถึงไม่ได้หมายถึงเงินสตออย่างเดียว หมายถึงเครื่องมือ เครื่องมือในการสร้างนวัตกรรมเขาให้มีเงินมาลงทุน	คือขอของเราคือทรัพย์สินทางปัญญา				บอกว่า เป็นนวัตกรรมเรื่องการบริหารจัดการเราไม่มีเรานั้นเรื่องของโปรดักต์ ตัวโปรเซสตรงนั้นแต่เรื่องของมาตรการตรงนั้นถามว่ามีไหม มีบีโอไอ มีมาตรการเยอะมาก 1. มาตรการทั่วไปจะได้สิทธิเพิ่ม 2. มาตรการ SMEs 3. มาตรการปรับปรุงประสิทธิภาพ	น่าจะเริ่มจากความตั้งใจของผู้ประกอบการก่อนว่าจะทำเกี่ยวกับด้านนวัตกรรม			นวัตกรรม เราเน้นที่ Process innovation อย่างน้อยขั้นต้น ต้องคู่ตัว Process innovation แล้วจะต้องเอาเรื่องของ Lean manufacturing มาจับ อันนี้มันก็สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันออกไปได้

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
			หรือต้องทำ ไอ้พวกเครื่องปริ้นเตอร์สามมิติ 3D ปริ้นต์งี่เข้าเป็น SMEs เขาไม่มีปัญญาหรอก ภาครัฐอาจจะต้องทำเฟสนี้เป็นส่วนกลางไว้									
		คุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	SMEs ต้องมีการบริหารจัดการโดยผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถรอบด้าน	SMEs ต้องมีการบริหารจัดการโดยผู้บริหารที่ทันสมัย	การบริหารจัดการโดยคนรุ่นใหม่							
ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)	คุณลักษณะของผู้ประกอบการและ/หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)		ผู้ประกอบการ SMEs เน้นเป็น Key success factor ของธุรกิจ ไม่เหมือนธุรกิจรายใหญ่ เพราะ SMEs ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะบริหารเอง ธุรกิจเขาจะประสบ	ในอนาคตทุกหน่วยต้องมียกความรู้ที่เขาสามารถไปเรียนรู้เอง โดยเฉพาะผู้ประกอบการใหม่ ชอบเล่น ไอที	ส่วนใหญ่ตอนนี้... ผู้ประกอบการเป็นเด็กรุ่นใหม่...ต้องขอลมาจากธุรกิจครอบครัว...ก็จะเล่นเทคโนโลยีเป็นหลัก ...มีความคิดมีไอเดีย แต่ก็กลัวองคิดลองถูก กล้าแบบฉึกแนว ...ถ้าเกิดเข้า			ผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ขาดการรับรู้	ในเรื่องของการพัฒนาผู้ประกอบการที่ผ่านมาราค่าก่อนข้างจะโฟกัสในเรื่องของการให้ทุนเอกชน คือ ให้เขาได้ทดลองทำนวัตกรรม ตอนนี้อาจจะมีพวกแพคเกจหรือเป็นเซอร์วิสที่	SMEs อิงเป็นโรงงาน ผู้ประกอบการจะยังมีความเป็นเจ้าของสูง ซึ่งถ้าเป็นจุดอย่างนั้นเขาก็อาจจะหวังว่า แล้วมีคนเข้าร่วมเป็นเจ้าของมันจะรุ่งววยไหม จริง ๆ		

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน											
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม		
			ความสำเร็จ ตัวเขาเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญ การสร้างองค์ความรู้ในเรื่องของความรู้ความสามารถก็ต้องหลายเรื่อง ณ ปัจจุบัน เนื่องจากว่าความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ การเป็นผู้ประกอบการยุคนี้ นอกจากความรู้เรื่องธุรกิจต้องมีความสามารถในการปรับตัวตามภาวะ Crisis ต่าง ๆ แล้วก็ ความสามารถในการปรับตัวตามสถานการณ์ตามเทคโนโลยีที่เปิดไ้เรื่องพวกนี้เป็น			ช่องทางได้ถูก ก็ไปได้หลายราย และประสบความสำเร็จเยอะแยะ					เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพ ออกมาก่อนข้างเยอะ	ตัว Target ของผู้บริหารเป็นเรื่องสำคัญมาก ๆ เพราะว่าถ้าถามว่าการทำธุรกิจแล้วผู้ขังยืนเขาก็ต้องคิดถึงการทำอะไรที่เป็นระบบ แล้วไม่ต้องพึ่งเขาคคนเดียว ... ที่นี้อย่างภาครัฐเองถามว่าตอนนี้ความช่วยเหลื่อก่อนข้างเยอะ คือ มันเยอะ แต่มันก็กระจัดกระจาย ทีนี้ก็ถึงภาพใหญ่ที่จะช่วยอะไรได้อีก		

ตารางที่ 4-63 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือ แรงงาน	บีโอไอ	NIA	กสค.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม	
			เรื่องที่ต้องสร้าง ขึ้นมา คือ ผู้ประกอบการต้อง ช่วยตัวเอง ภาครัฐก็ ต้องช่วยด้วยใน เรื่องการสร้าง ความรู้ ความสามารถใน เรื่องการทำธุรกิจใน สภาพแวดล้อมที่ เปลี่ยนแปลงไป อย่างรวดเร็ว										

ตารางที่ 4-64 สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	BOI	NIA	กสท.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
มหภาค (Macro)	ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโต	นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐ	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
		นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต					X	X		X	X	X
	สูง (High growth SMEs supporting policy and environment)	นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล/ ช่องทางการจัดจำหน่าย	X	X	X			X	X			X

ตารางที่ 4-64 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรม พัฒนา ฝีมือ แรงงาน	BOI	NIA	กสท.	บสย.	สภา อุตสาหกรรม
		นโยบายด้านนวัตกรรม และการส่งเสริมการวิจัย และพัฒนา	X	X	X			X	X		X	
		กฎระเบียบภาครัฐ/ การ ติดต่อกับภาครัฐ	X			X					.X	
		การสื่อสารข้อมูลที่จำเป็น ที่เหมาะสม	X	X	X	X	X	X			X	X
		การเข้าถึงแหล่งเงินทุน/ แหล่งเงินทุน/ เงินลงทุน ในเทคโนโลยีการผลิต	X	X		X	X			X	X	X

ตารางที่ 4-64 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน										
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรม พัฒนา ฝีมือ แรงงาน	BOI	NIA	กตต.	บสย.	สภา อุตสาหกรรม	
		กระบวนการนำผลวิจัย และพัฒนาของภาครัฐให้ เอกชนใช้ประโยชน์เชิง พาณิชย์ที่สะดวก							X	X			
กลาง (Meso)	ปัจจัยด้านเครือข่าย และคลัสเตอร์ อุตสาหกรรม		X	X				X	X	X			X

ตารางที่ 4-64 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	BOI	NIA	กตต.	บสย.	สภาอุตสาหกรรม
องค์กร (Firm)	ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	กลยุทธ์องค์กร	X	X	X				X		X	X
		การตลาดและการตลาดในระดับสากล	X	X	X			X	X			X
		คุณลักษณะของการบริหารจัดการองค์กร	X	X				X	X			X
		นวัตกรรมขององค์กร	X	X				X	X			X
		คุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	X	X	X							

ตารางที่ 4-64 (ต่อ)

ระดับ	ประเด็นหลัก	ประเด็นย่อย	หน่วยงาน									
			สสว.	กสอ.	DIPT	DIP	กรม พัฒนา ฝีมือ แรงงาน	BOI	NIA	กตต.	บสย.	สภา อุตสาหกรรม
ผู้ประกอบการ (Entrepreneur)	ปัจจัยด้านคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)		X	X	X			X	X	X		

จากตารางที่ 4-63 และ 4-64 สามารถสรุปผลได้ว่า เนื่องจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) นั้น มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไป กล่าวคือ มีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนจากความได้เปรียบของขนาด (Economy of scale) มาเป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยใช้เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมมาเป็นกลยุทธ์หลักขององค์กร ดังนั้น แนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) จึงควรมีความแตกต่างนโยบายส่งเสริมและพัฒนาโดยทั่วไป ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. ในระดับผู้ประกอบการ

สำหรับผู้ประกอบการนั้นถือเป็น Key success factor ที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากตัวของผู้ประกอบการเองมักเป็นผู้ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการองค์กรด้วย ซึ่งปัญหาสำคัญที่พบและผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน ๆ ได้ให้ทัศนะไว้ ก็คือ ปัญหาในเรื่องการรับรู้บริบทภายนอกองค์กร และความตระหนักและใส่ใจต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาวะการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนแรงบันดาลใจในการสร้างการเติบโตให้กับองค์กร ทั้งนี้ อาจแบ่งผู้ประกอบการออกเป็นผู้ประกอบการรุ่นเก่า และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งอาจเป็นทายาทธุรกิจจากรุ่นลูกหลานหรือเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่เป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งในแต่ละกลุ่มก็จะมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ต่างกันไป ส่งผลให้แนวทางในการให้การส่งเสริมและสนับสนุนแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ดังนั้น ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการควรมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มให้มีความรู้ความสามารถและทักษะที่จำเป็นตรงกับสภาวะการณ์ปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงนั้น โดยภาพรวมควรมีความชัดเจน โดยเฉพาะควรกำหนดแนวทางในการสร้างให้ผู้ประกอบการในกลุ่มที่มีศักยภาพเกิดแรงบันดาลใจที่จะเติบโต รวมถึงควรจัดให้มีการเตรียมความพร้อม และพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้ป็นผู้ที่มีแนวคิดในการดำเนินกิจการเชิงรุก มีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาพัฒนาการประกอบการ ตลอดจนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ในการบริหารจัดการ รวมถึงกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการสร้างนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ผลิตโดยการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นตัวนำ ตลอดจนมีการใช้งานวิจัยและพัฒนาปรับปรุงกระบวนการ รวมถึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของสิทธิประโยชน์จากสิทธิบัตรในด้านต่าง ๆ

2. ในระดับกลาง

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันการสร้างคลัสเตอร์ อาจจะยังไม่สามารถทำได้เต็มรูปแบบ เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการไทยยังไม่เอื้อให้เกิดขึ้นได้ หลาย ๆ หน่วยงานให้

ความคิดเห็นว่าในเบื้องต้นนั้นควรจะมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้มีการสร้างเครือข่าย ที่มีประสิทธิผลในลำดับแรก เพื่อก่อให้เกิดเชื่อถือและความไว้วางใจซึ่งกันและกัน รวมถึงการเริ่มต้นสร้างวัฒนธรรมในการแบ่งปัน (Sharing) ระหว่างสมาชิกในเครือข่าย แล้วจึงค่อยพัฒนาต่อยอดเป็นคลัสเตอร์ โดยมีหน่วยงานภาครัฐทำให้ที่เป็นผู้ประสานงาน ประสานความร่วมมือระหว่างเครือข่าย หรือประสานข้ามเครือข่าย ตลอดจนเป็นที่ปรึกษาในการบริหารจัดการเครือข่าย และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลและการเติบโตต่อไป

3. ในระดับองค์กร

ในการที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีการเติบโต และก้าวไปสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงนั้น มีหลายปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันในระดับองค์กร การบริหารจัดการกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ถือเป็นหัวใจสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปได้ คือ

3.1 กลยุทธ์ในการบริหารจัดการ

ผู้ประกอบการควรมีการวางระบบการบริหารจัดการองค์กรให้เอื้อต่อการเติบโต กล่าวคือมีมาตรฐานระบบการบริหารจัดการที่เป็นสากล ตลอดจนผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า เพื่อให้สามารถสร้างรายได้จากการขยายตลาดเพิ่มขึ้น

3.2 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมขององค์กร

ในการผลิตสินค้านั้น หากต้องการสร้างโอกาสในการขายให้เพิ่มขึ้นแน่นอนว่าการมีนวัตกรรมสินค้าใหม่ ๆ ย่อมตอบโจทย์ได้

3.3 กลยุทธ์การตลาดและการตลาดในระดับสากล

ในการผลิตสินค้านั้น เมื่อผลิตแล้วจะต้องสามารถขายได้ ดังนั้น การจัดการด้านการตลาดจึงถือเป็นหัวใจสำคัญ และหากจะสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดการเติบโตสูง สิ่งแรกที่ต้องดำเนินการ คือ การจัดการด้านการตลาด การเพิ่มยอดขาย เพื่อให้รายรับเพิ่มมากขึ้น ย่อมนำไปสู่การเติบโตขององค์กร การเปิดตลาดใหม่ ๆ ตลอดจนการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศจึงเป็นช่องทางสำคัญ ในปัจจุบัน พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังขาดทักษะที่สำคัญโดยเฉพาะในด้านการสื่อสารกับลูกค้าและการบริหารจัดการที่มีมาตรฐานและเป็นระบบสากล ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับของตลาดในเบื้องต้น

3.4 กลยุทธ์การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากรขององค์กร แบ่งเป็น

3.4.1 การบริหารจัดการทรัพยากรด้านบุคคล

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุดขององค์กร เพราะไม่ว่าองค์กรจะก้าวล้ำนำสมัยหรือมีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวล้ำหน้าแค่ไหน ก็ยังคงต้องอาศัยบุคคลเป็นผู้ขับเคลื่อน

ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจึงเป็นเรื่องที่ต้องดำเนินการลำดับต้น ๆ เป็นเรื่องจำเป็นสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จะมีการเติบโตสูงที่จะต้องเผชิญสถานการณ์ที่มีความรู้ความสามารถและทักษะที่จำเป็น และที่ขาดไม่ได้ ก็คือ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ซึ่งอย่างน้อยที่สุด ก็คือ ภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าต่างประเทศได้ นอกจากนี้ การบริหารจัดการค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้กับพนักงานตามความรู้ความสามารถ และทักษะก็มีความจำเป็นเช่นกัน เพื่อรักษาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและทักษะอยู่กับองค์กรนาน ๆ

3.4.2 การบริหารจัดการทรัพยากรด้านอื่น ๆ ขององค์กร

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังคงเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการในระบบครอบครัว และไม่มีแรงบันดาลใจในการเติบโต จึงไม่มีการนำระบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานสากล เช่น ระบบ ISO เข้ามาใช้ในองค์กร ทั้งนี้ อาจจะเป็นเรื่องของต้นทุนการดำเนินการด้วยเช่นกัน รวมถึงจากทัศนคติของหลาย ๆ ท่าน ให้ความเห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังมีการบริหารจัดการขององค์กรที่ไม่เป็นระบบ เช่น การจัดการด้านการเงิน ด้านต้นทุน เป็นต้น

4. ในระดับมหภาค

ในระดับนี้จะเป็นระดับของการกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการกำหนดนโยบายออกมาอย่างหลากหลาย ซึ่งเอื้อต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมาก แต่อุปสรรคที่พบ คือ การที่หน่วยงานภาครัฐแต่ละหน่วยไม่มีการดำเนินการไปตามฟังก์ชันการทำงานของหน่วยงาน แต่กลับมีโครงการของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนไปที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเดียวกัน และทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอีกมากไม่มีโอกาสถูกเลือกเข้าร่วมในโครงการส่งเสริมและสนับสนุนต่าง ๆ

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่กล่าวมา จะเห็นได้ว่ามีปัจจัยที่สำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) ที่สอดคล้องกันหลายปัจจัย ซึ่งปัจจัยที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นว่ามีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงในระดับมาก ได้แก่

1. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตทางด้านกลยุทธ์องค์กร และด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร

2. ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ส่วนผลการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจำแนกกลุ่ม ได้แก่

1. ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

2. ปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตทางด้านกลยุทธ์องค์กร และด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร โดยมีปัจจัยทางด้านนวัตกรรมองค์กรเพิ่มมาอีก 1 ปัจจัย

ในส่วนของผลการวิเคราะห์ข้อมูลจาก โมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในภาพรวมนั้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีขนาดของอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ได้แก่

1. ปัจจัยในระดับองค์กร ซึ่งมีปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร และด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร เป็นปัจจัยที่มีขนาดอิทธิพลสูงที่สุดในระดับอิทธิพลที่ใกล้เคียงกัน

2. ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและหรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ซึ่งมีปัจจัยด้านการกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต

ปัจจัยที่มีขนาดของอิทธิพลทางอ้อมต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต และปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

นอกจากนี้ ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ในส่วนของผลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมและและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง ได้แก่

1. ในระดับผู้ประกอบการนั้น การส่งเสริมและพัฒนาในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงยังไม่ค่อยมีความชัดเจน ตลอดจนยังไม่มีการกำหนดแนวทางในการสร้างให้ผู้ประกอบการในกลุ่มที่มีศักยภาพเกิดแรงบันดาลใจที่จะเติบโต รวมถึงการเตรียมความพร้อม และพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้ป็นผู้ที่มีแนวคิดในการดำเนินกิจการเชิงรุก

มีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาพัฒนาการประกอบการ ตลอดจนใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ในการบริหารจัดการ และการกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการสร้างนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ผลิตโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นตัวนำ ตลอดจนมีการใช้งานวิจัยและพัฒนาปรับปรุงกระบวนการ รวมถึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของสิทธิประโยชน์จากสิทธิบัตรในด้านต่าง ๆ

2. ในระดับองค์กรนั้น กลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ถือเป็นหัวใจสำคัญ ซึ่งได้แก่

กลยุทธ์ในการบริหารจัดการองค์กร การวางระบบการบริหารจัดการองค์กรในปัจจุบัน ส่วนใหญ่ยังไม่เอื้อต่อการเติบโต

กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมขององค์กร องค์กร โดยเฉพาะภาคการผลิตควรมีการพัฒนา นวัตกรรม เพื่อให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด

กลยุทธ์การตลาดและการตลาดในระดับสากล การจัดการด้านการตลาดเพื่อสร้างโอกาส ในการเพิ่มยอดขาย เพื่อให้รายรับเพิ่มมากขึ้น ย่อมนำไปสู่การเติบโตขององค์กร การเปิดตลาด ใหม่ ๆ ตลอดจนการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศจึงเป็นช่องทางสำคัญ ในปัจจุบันพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มองข้ามทักษะที่สำคัญ โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารกับลูกค้าและการบริหารจัดการที่มีมาตรฐานและเป็นระบบสากล ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับของตลาดในเบื้องต้น

กลยุทธ์การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากรขององค์กร แบ่งเป็นการบริหารจัดการทรัพยากรด้านบุคคล และการบริหารจัดการทรัพยากรด้านอื่น ๆ ขององค์กร

3. ในระดับกลาง สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันการสร้างคลัสเตอร์ยังไม่สามารถทำได้ เต็มรูปแบบ เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการไทยยังไม่เอื้อให้เกิดขึ้นได้

4. ในระดับนโยบาย นั้นถือเป็นปัจจัยภายนอกที่เอื้อต่อการเติบโตอย่างยิ่ง ปัจจุบันภาครัฐ มีการกำหนดนโยบายเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างต่อเนื่อง แต่หน่วยงานภาครัฐยังมีความซ้ำซ้อนในการดำเนินการเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ของนโยบาย ตลอดจนการสื่อสารข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นยังเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย

และเมื่อพิจารณาประเด็นที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ประกอบกับนโยบายและแผนงาน ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย สามารถสรุปประเด็นได้ดัง ตารางที่ 4-65

ตารางที่ 4-65 นโยบายและแผนงานส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
ผู้ประกอบการ	<p>แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574:</p> <p>ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ระดับศักยภาพผู้ประกอบการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน (Upgrade and create sustainable entrepreneur)</p> <p>ประกอบด้วย กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการไทยใน 4 ประเด็น คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการ SME (Build SME) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกิจกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงให้กับสินค้าและบริการ 2. สร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ SME (Strengthen SME) โดยจะต้องพัฒนาให้ผู้ประกอบการให้สามารถพึ่งพาตนเองและมีความพร้อมรับกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นได้ 3. ยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ (Upgrade entrepreneur) มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผู้ประกอบการไทยที่มีความเข้มแข็งเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันจากตลาดภายในประเทศไปสู่ตลาดต่างประเทศ 	<p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 หัวข้อ 3.2.4 การพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน โดยในข้อที่ 5. ระบุไว้ จะมีการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดย</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการที่มีทักษะในการทำธุรกิจ รู้จักใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิต การจัดการ การขาย หรือเป็น Smart SMEs ...รวมทั้งส่งเสริมให้มีการกำหนดหลักสูตรที่เกี่ยวกับทักษะการเป็นผู้ประกอบการทั้งในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานระดับอุดมศึกษาและสายอาชีพ ให้มีความรู้ความเข้าใจในการเริ่มต้นธุรกิจ และตระหนักถึงแนวโน้มการทำธุรกิจสีเขียว ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมในสถานศึกษาให้เอื้อต่อการเรียนรู้และกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการ 2. สร้างสังคมผู้ประกอบการโดยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจทั้งในเรื่องการเข้าถึงข้อมูลด้านธุรกิจและสิทธิประโยชน์แหล่งเงินทุน

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>4. สร้างความยั่งยืนของผู้ประกอบการไทย (Sustain entrepreneur) มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพทางการแข่งขันในระดับสากลให้สามารถรักษาระดับศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน</p> <p>5. เตรียมความพร้อมสู่การเปิดเสรี (Undertaking progressive liberalization) ในส่วนของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นที่ต้องเตรียมความพร้อมในการเปิดการค้าเสรีรวมทั้งต้องสร้างกลไกเพื่อป้องกันตลาดภายในประเทศจากผลกระทบต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต</p> <p>6. สร้างโอกาสในการขยายตลาดใหม่ ๆ (Access to global market opportunities) ในการเปิดการค้าเสรีจะทำให้ประเทศไทยเห็นถึงความต้องการที่หลากหลายและมีอยู่จำนวนมากจึงควรสร้างโอกาสในการหาช่องทางที่จะเข้าถึงตลาดใหม่ ๆ โดยเฉพาะในตลาดประเทศเกิดใหม่รวมถึงตลาดของกลุ่ม</p>	<p>นวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการและการตลาด รวมทั้งกำหนดมาตรการสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมาย และพัฒนากลไกสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตและแข่งขันได้</p> <p>ศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.): มีการดำเนินการโดยผ่านโครงการหลากหลายโครงการ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) โครงการเอ็นแก่น้อยเทคโนโลยี 2) โครงการเตรียมเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ธุรกิจเทคโนโลยี (New technopreneurs creation pre-incubation program) 3) โครงการบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี (Technology business incubation program)

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>ชนชั้นกลางที่มีแนวโน้มการขยาย จำนวนเพิ่มมากขึ้น</p> <p>7. สร้างโอกาสจากความร่วมมือ (Access to global network collaboration) ในการรวมกลุ่มทาง เศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน (AEC) เน้นให้ความสำคัญในการยกระดับ ความร่วมมือจากการประชาคมดังกล่าว โดยมุ่งเน้นการประสานประโยชน์ ร่วมกันเป็นสำคัญ</p>	<p>3) Technology business post- incubation program</p> <p>กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ: โครงการ SMEs Pro-active โดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้ การสนับสนุนงบประมาณใน การดำเนินโครงการส่งเสริมและเพิ่ม ศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs Pro-active) มี วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความคล่องตัวใน การขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มี ศักยภาพ โดยให้การสนับสนุน ภายใต้ 2 กิจกรรม คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าใน ต่างประเทศ (Fair) ทั้งประเภทคณะ นิติบุคคล และรายนิติบุคคล 2. การจัดคณะผู้แทนไปเจรจาธุรกิจ ในต่างประเทศ (Trade mission)
องค์กร	<p>BOI:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กำหนดมาตรการส่งเสริมการลงทุน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยต้อง ยื่นคำขอรับการส่งเสริมภายใน ปี พ.ศ. 2560 ทั้งนี้ จะประกอบด้วย 3 มาตรการย่อย ได้แก่ 1.1 การปรับเปลี่ยนเครื่องจักรเพื่อ 	<p>NIA:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการอุปถัมภ์นวัตกรรมเพื่อ ยกระดับ และพัฒนาขีดความสามารถ ของ SMEs ไทย ไปสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ระยะที่ 2 (Innovation coupon) โดยระบุผลลัพธ์ ของโครงการไว้ว่าจะ

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>การประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน หรือการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</p> <p>1.2 การปรับเปลี่ยนเครื่องจักร เช่น การนำระบบอัตโนมัติมาใช้ในการสายการผลิตเดิม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต</p> <p>1.3 การลงทุนวิจัยพัฒนา และออกแบบทางวิศวกรรม เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ (มูลค่าไม่น้อยกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ ของยอดขายรวมใน 3 ปีแรก หรือ 0.5 เปอร์เซ็นต์ สำหรับ SMEs) เงื่อนไข:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ใช้สำหรับโครงการที่หมดสิทธิ ด้านภาษีเงินได้แล้ว หรือโครงการที่ไม่เคยได้รับการส่งเสริมการลงทุน • ต้องเป็นกิจการที่อยู่ในข่ายให้การส่งเสริมในปัจจุบัน • ต้องลงทุนไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน ยกเว้น SMEs ต้องลงทุนไม่น้อยกว่า 5 แสนบาท <p>สิทธิประโยชน์</p> <ul style="list-style-type: none"> • ยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักร 	<p>- ก่อให้เกิดการลงทุนใหม่ของผู้ประกอบการ SMEs ไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาท</p> <p>- ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการลงทุนด้านนวัตกรรมไม่ต่ำกว่า 2,500 ล้านบาท โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ (2.7 ล้านราย) โดยอาศัยเครือข่ายพันธมิตรสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย</p> <p>สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.):</p> <p>กำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนบัญชีนวัตกรรมไทย เพื่อให้ภาครัฐสามารถจัดซื้อจัดจ้างจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการที่มีรายชื่อตามบัญชีนวัตกรรมไทย โดยวิธีกรณีพิเศษ</p> <p>กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ:</p> <p>โครงการ SMEs Pro-active โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active)</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>• ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี แต่ไม่เกิน 50 เปอร์เซ็นต์ ของวงเงินลงทุนในการปรับปรุง (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน)</p>	<p>มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการขยายการส่งออกไปยังตลาดใหม่ที่มีศักยภาพโดยให้การสนับสนุนภายใต้ 2 กิจกรรม คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ (Fair) ทั้งประเภทคณะนิติบุคคล และรายนิติบุคคล 2. การจัดคณะผู้แทนไปเจรจาธุรกิจ ในต่างประเทศ (Trade mission)
กลาง	<p>แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574:</p> <p>กำหนดยุทธศาสตร์การยกระดับคลัสเตอร์อุตสาหกรรมและขยายเครือข่ายการผลิตสู่ต่างประเทศ (Internationalized industrial structure and clusters to capture global opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างความเข้มแข็งคลัสเตอร์ (Strengthen cluster) มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1.1 สนับสนุนในการจัดตั้งกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกิดใหม่ 	<p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12:</p> <p>ในยุทธศาสตร์ที่ 3 หัวข้อ 3.2.4 การพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน โดยในข้อที่ 5. ระบุไว้ว่าจะมีการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยในหัวข้อที่ 3 ระบุไว้ว่า</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. ส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในลักษณะห่วงโซ่มูลค่าและการเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งการสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ โดยการกำหนดนโยบาย/มาตรการเพื่อจูงใจให้บริษัทขนาดใหญ่ที่มีการค้าและการลงทุนในต่างประเทศ

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>1.2 สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยอาศัยความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของสมาชิกในกลุ่มคลัสเตอร์</p> <p>1.3 สร้างความเข้มแข็งของการบริหารงานภายในกลุ่มคลัสเตอร์โดยควรมีการจัดตั้งหลาย ๆ กลุ่มแยกตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ</p> <p>1.4 สนับสนุนให้เกิดการลงทุนจากบริษัทต่างชาติที่หลากหลายในกลุ่มอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน</p> <p>2. ยกระดับคลัสเตอร์ (Upgrade cluster) โดยมีแนวทางในการยกระดับกลุ่มคลัสเตอร์ คือ</p> <p>2.1 ลดอุปสรรคกีดขวางทางการค้า</p> <p>2.2 พัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการบริหาร</p> <p>2.3 สนับสนุนการศึกษาอบรมและการฝึกฝนบุคลากร</p> <p>2.4 สนับสนุนและให้ความช่วยเหลือการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน</p>	<p>เป็นผู้สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและห่วงโซ่การผลิตของโลก ตลอดจนส่งเสริมบทบาทของภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>3. สร้างความยั่งยืนคลัสเตอร์ (Sustainable cluster) เพื่อให้เกิดการพัฒนาคลัสเตอร์ที่ยั่งยืนซึ่งนอกจากการเชื่อมโยงภายใน ประเทศแล้วยังควรสร้างความร่วมมือกับประเทศอื่นในแต่ละชั้นของห่วงโซ่การผลิตมีการเชื่อมโยงแหล่งผลิตอื่น ๆ กับผู้ผลิตภายในประเทศและควรส่งเสริมให้กลุ่มคลัสเตอร์ไทยเป็นที่รู้จักในโลก โดยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของกลุ่มคลัสเตอร์ไทยและสร้างพันธมิตรด้านการถ่ายโอนความรู้และทรัพยากรในระดับโลก</p>	
มหภาค	<p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11: มียุทธศาสตร์สำคัญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อยู่ 2 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยในข้อที่ 4.1 ได้ระบุถึงยุทธศาสตร์ย่อย โดยการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ</p>	<p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 หัวข้อ 3.2.2 การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ซึ่งกำหนดกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายไว้ 2 กลุ่ม ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นฐานที่เข้มแข็งที่จะต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้ามากขึ้น โดยการพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐาน</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม และผลักดัน ให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจ ภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขัน ได้</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 5 ยุทธศาสตร์การสร้าง ความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาค เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและ สังคม โดยในข้อ 5.8 ระบุว่าให้มี การเร่งรัดการใช้ประโยชน์จาก ข้อตกลงการค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้ว เป็นการสร้างองค์ความรู้ให้กับภาค ธุรกิจ โดยเฉพาะผู้ได้รับผลกระทบทั้ง เชิงบวกและลบ ให้สามารถพัฒนา ศักยภาพและโอกาสของตนเองใน การใช้ประโยชน์จากการเปิดการค้าเสรี โดยเฉพาะภาคธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่ได้รับการสนับสนุน เยียวยาและดูแลจากรัฐในกรณีที่ไม่ สามารถปรับตัวได้ทัน</p> <p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 12:</p> <p>มีจุดเน้นในเรื่องการพัฒนานวัตกรรม และการนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อน</p>	<p>ของการผลิตที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม และมีแนวทางพัฒนาใน 4 ประเด็น คือ</p> <p>1. ยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมที่ เป็นฐานรายได้สำคัญของประเทศใน ปัจจุบันให้มีการใช้เทคโนโลยี ขั้นก้าวหน้าเพื่อผลิตสินค้าที่รองรับ ความต้องการที่หลากหลายของ ผู้บริโภค โดยการส่งเสริมให้ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมปรับ กระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยี ที่ทันสมัย และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ ทางลบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ บุคลากรในภาคอุตสาหกรรมให้มี ทักษะขั้นก้าวหน้าเพื่อต่อยอดฐาน องค์ความรู้เทคโนโลยีเดิมไปสู่การใช้ และพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตโดยใช้ระบบ อัตโนมัติในกระบวนการผลิตมากขึ้น และสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่สูงขึ้น โดยการวิจัยและพัฒนา การใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และพื้นฐานทาง วัฒนธรรมและภูมิปัญญา</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>การพัฒนาในทุกมิติ เพื่อยกระดับ ศักยภาพของประเทศในทุกด้าน รวมถึง การเตรียมความพร้อมของ ประเทศในด้านการพัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีและนวัตกรรม ในด้าน ต่าง ๆ โดยมียุทธศาสตร์สำคัญที่มีส่วน เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสนับสนุน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อยู่ 3 ยุทธศาสตร์ คือ</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และแข่งขันได้อย่างยั่งยืน และ</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนา วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และ นวัตกรรม และยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่ เศรษฐกิจ แผนแม่บทการพัฒนา อุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574: มีการกำหนดยุทธศาสตร์การยกระดับ โครงสร้างสนับสนุนอุตสาหกรรมเพื่อ การบริหารจัดการอุตสาหกรรมอย่าง บูรณาการ (Enhance competitive industry platform) ประกอบด้วย</p> <p>1. การบังคับใช้มาตรฐานการผลิตใน ด้านต่าง ๆ (Safety and standards)</p>	<p>ไทย รวมทั้งการส่งเสริมการทำงาน ร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่าง สถาบันการศึกษาและภาคอุตสาหกรรม ทั้งด้านการพัฒนาบุคลากรใน อุตสาหกรรมและเตรียมความพร้อมของ บุคลากรที่จะเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม โดย ผ่านระบบการศึกษาทวิภาคีและ สหกิจ ศึกษา หรือระบบอื่นที่เหมาะสม และ ด้านการวิจัยและพัฒนาในสาขา เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้าที่เหมาะสมกับ แต่ละอุตสาหกรรมและสามารถต่อยอด เทคโนโลยีของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ในปัจจุบันได้</p> <p>2. สร้างระบบกลไกและเครือข่ายที่ เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการ เชื่อมโยงความร่วมมือของภาคธุรกิจ ในลักษณะคลัสเตอร์ ตลอดห่วงโซ่ มูลค่าตั้งแต่ภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อาทิ มาตรการจูงใจ สถานประกอบการให้มีการแลกเปลี่ยน ความรู้ พัฒนาบุคลากร/ แรงงาน และ ทำการวิจัยและพัฒนาร่วมกัน โดย สนับสนุนให้สถาบันการศึกษา/ สถาบันวิจัยและพัฒนา มีบทบาทเป็น กลไกหลักในการเชื่อมโยง</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>มุ่งเน้นไปที่การสร้างการรับรู้ของตลาดต่างประเทศถึงศักยภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีการพัฒนาจากการส่งออกในรูปวัตถุดิบไปสู่การส่งออกในรูปของสินค้าสำเร็จรูป (Finished goods) ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงอย่างไรก็ดี การบังคับใช้มาตรฐานการผลิตสินค้านั้นจะต้องไม่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมภายในประเทศด้วย</p> <p>2. สนับสนุนการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (Access to capital) มุ่งเน้นไปที่การสร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของกลุ่มผู้ประกอบการสำหรับสนับสนุนการลงทุนเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนและสร้างโอกาสในการแข่งขันกับนานาประเทศ เช่นการลงทุนพัฒนานวัตกรรม การลงทุนขยายกิจการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงการลงทุนที่สนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้สำหรับบุคลากรในภาคอุตสาหกรรม</p> <p>3. ยกกระดับศักยภาพบุคลากร</p>	<p>ความร่วมมือระหว่างธุรกิจหรือสถานประกอบการต่าง ๆ ที่รวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์ รวมทั้งการสร้างกลไกและระบบมาตรฐานที่มีการตรวจสอบย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดการวัตถุดิบต้นน้ำภาคเกษตรจนถึง บริการขนส่งและกระจายสินค้าปลายทางที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นอุปสงค์หรือความต้องการของตลาดเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่การผลิต</p> <p>3. สนับสนุนการกระจายการลงทุนไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศและในภูมิภาคอาเซียน เพื่อสร้างฐานการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าที่เข้มแข็งของอุตสาหกรรมในภูมิภาคอาเซียน และขยายโอกาสของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าของโลก โดยการอำนวยความสะดวกทางด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมของไทยใช้ประโยชน์จากการลงทุนในพื้นที่เป้าหมายใน</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>(Industry specific training development program) มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาศักยภาพแรงงานให้มีความรู้ ทักษะและปริมาณที่เพียงพอต่อการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรม ยุทธศาสตร์ในอนาคตโดยหน่วยงานภาครัฐจะต้องสนับสนุนการพัฒนา ศักยภาพของบุคลากรในภาค อุตสาหกรรมร่วมกับภาคการศึกษาใน การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะฝีมือใน การทำงานที่สามารถแข่งขันได้ใน ระดับสากล ซึ่งมีปัจจัยในการพัฒนาที่ แตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรม โดยอาศัยแนวคิดการเรียนรู้ควบคู่ไป กับการทำงานจริงในสถานประกอบการ รวมถึงการสนับสนุนการพัฒนางานวิจัย ที่ตรงกับความต้องการสำหรับ ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม อย่างแท้จริง</p> <p>4. พัฒนาทักษะแรงงานอุตสาหกรรม (Industrial training) สำหรับบุคลากร เฉพาะด้านโดยความร่วมมือระหว่าง สถาบันการศึกษาหน่วยงานภาครัฐและ สถานประกอบการภาคเอกชนและ สร้างความเชื่อมโยงความต้องการด้าน</p>	<p>ประเทศและประเทศอื่นในภูมิภาค เอเชียรวมทั้งในด้านวัตถุดิบ แรงงาน ตลาด สิทธิประโยชน์ด้านการผลิตและ การค้าการลงทุน ซึ่งถือเป็น การกระจายรายได้ สร้างโอกาส การขยายช่องทางการตลาด เชื่อมโยง ห่วงโซ่การผลิตในภูมิภาค รวมถึง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและ สาธารณูปโภคในพื้นที่เป้าหมายและ ระหว่างประเทศด้วย</p> <p>4. ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาตลาด สำหรับสินค้าที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะ ตลาดในประเทศโดยสนับสนุน การจัดซื้อวัตถุดิบและสินค้าที่ผลิต ภายในประเทศที่มีมาตรฐาน ควบคู่กับ การยกระดับมาตรฐานบังคับ ขึ้น พื้นฐานทั้งสินค้าที่ผลิตภายใน ประเทศ และสินค้านำเข้าเพื่อสร้างปัจจัย แวดล้อมทางธุรกิจให้เกิด การแข่งขัน ที่เป็นธรรมและสร้าง แรงจูงใจให้ผู้ประกอบการพัฒนา คุณภาพมาตรฐานของสินค้า พร้อมทั้ง มุ่งพัฒนาความรู้ความเข้าใจของ ผู้บริโภคในประเทศในการให้ ความสำคัญกับการบริโภคสินค้า</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>ทักษะฝีมือแรงงานเฉพาะด้านของ สถานประกอบการเข้ากับหลักสูตร อาชีวศึกษา</p> <p>5. พัฒนากฎระเบียบและข้อบังคับที่มี ผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม (Relaxing constraints) มุ่งเน้นไปที่ การปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบและ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อ การพัฒนาอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ กฎระเบียบที่ไม่เหมาะสมต่อ สถานการณ์ปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ตามกระแสโลกาภิวัตน์รวมถึง กฎระเบียบในการป้องกันผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมและชุมชน</p> <p>6. ส่งเสริมนวัตกรรมและปกป้อง ทรัพย์สินทางปัญญา (Innovation and IP) มุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมการสร้าง นวัตกรรมของผู้ประกอบการใน ประเทศเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ตัวสินค้าซึ่งอาจทำได้โดยการสนับสนุน เงินทุนสำหรับการวิจัยและพัฒนาต่อ ยอดสินค้าซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาด และสามารถผลิตได้จริงในเชิง อุตสาหกรรมรวมถึงการพัฒนากลไก การบริหารและปกป้องทรัพย์สิน</p>	<p>ที่มีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น ขณะเดียวกัน ต้องมุ่งสนับสนุนให้ ผู้ประกอบการยกระดับการผลิตสินค้า ให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น เพื่อให้ สามารถเข้าสู่ตลาดสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่ม สูงมากขึ้น เช่น สินค้าอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ สินค้าสำหรับกลุ่มเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มที่ให้ความสำคัญ กับสุขภาพ/ สิ่งแวดล้อม สินค้าที่รองรับ วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่และกลุ่ม ผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง เป็นต้น</p> <p>ในยุทธศาสตร์ที่ 3 หัวข้อ 3.2.4 การพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน โดยในข้อที่ 7 และ 8 ดังนี้</p> <p>7. ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและ กฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็น ธรรมและอำนวยความสะดวกการค้า การลงทุน ตลอดจนการดำเนินธุรกิจ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยปรับปรุงกฎระเบียบ แนวทาง ปฏิบัติด้านพิธีการศุลกากร ที่ส่งเสริมการอำนวยความสะดวก ทางการค้า และมีการบังคับใช้ด้าน</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>ทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพโดยให้ สิทธิ์ของผลงานกับนักวิจัยเพื่อกระตุ้น ให้นักวิจัยพัฒนาผลงานได้อย่าง ต่อเนื่องในระยะยาว</p> <p>7. ส่งเสริมการบริหารจัดการ อุตสาหกรรมอย่างเป็นระบบ (Industrial Administration) และ สนับสนุนการบูรณาการความร่วมมือ กับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งส่วนราชการ เอกชนและชุมชน โดยการกระจาย อำนาจจากส่วนกลางให้มีหน่วยงาน หรือองค์กรที่รับผิดชอบในการบริหาร จัดการอุตสาหกรรมในพื้นที่และ บริหารความสัมพันธ์ระหว่าง อุตสาหกรรมและสังคมรวมถึง การจัดสรรทรัพยากร (ที่ดิน น้ำ ไฟฟ้า วัตถุดิบ ฯลฯ) ที่รองรับการพัฒนาและ ขยายตัวของอุตสาหกรรม โดยให้ชุมชน และประชาชนมีส่วนร่วมใน การบริหารจัดการเพื่อมุ่งเน้นการพัฒนา อุตสาหกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ชุมชนและสอดคล้องกับความต้องการ ของประชาชนในพื้นที่ อย่างไรก็ดี แนวคิดการพัฒนาอุตสาหกรรมตาม กรอบนี้เป็นเพียงแนวทางการพัฒนา</p>	<p>บุคลากรที่มีความโปร่งใสและ สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การปรับปรุงแก้ไขกฎหมายแข่งขัน ทางการค้า เพื่อให้มีการแข่งขันที่เป็น ธรรมในตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพ การบังคับใช้กฎหมายให้ทันต่อ สถานการณ์การค้าเสรีในปัจจุบัน การปรับกฎหมายและกฎเกณฑ์เพื่อ สนับสนุนวิสาหกิจเริ่มต้น ตลอดจน การมีกฎหมายด้านธุรกรรม อิเล็กทรอนิกส์และการคุ้มครองข้อมูล ส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้าง ความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการและ ผู้บริโภคในการใช้พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ที่มากขึ้น</p> <p>8. พัฒนาระบบทรัพย์สินทางปัญญา โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบ คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้ สอดคล้องกับมาตรฐานสากล การเพิ่ม ประสิทธิภาพของระบบการตรวจสอบ และจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการจดทะเบียนและใช้ ผลงานสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมและ ทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับสินค้าและ</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>อุตสาหกรรมในภาพรวมซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ทุกอุตสาหกรรมรายย่อยต้องมีการพัฒนาร่วมกันหรือเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างศักยภาพในการแข่งขันหากแต่การพัฒนาในรายอุตสาหกรรมย่อยนั้นจำเป็นจะต้องมีแนวคิดการพัฒนาที่มีลักษณะเฉพาะเพื่อให้มีความชัดเจนและเหมาะสมในการพัฒนารายอุตสาหกรรมแต่ยังคงอาศัยแนวคิดพื้นฐานการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวมนี้เป็นหลักสำหรับการพัฒนาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงไปในอนาคต</p> <p>BOI:</p> <p>1. กำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนของ SMEs ไทยในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (ประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ 8/2558) แผนส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ฉบับที่ 3 (พ.ศ.2555-2559)</p> <p>1. เสริมสร้างความเข้มแข็งให้ SMEs เพื่อให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยจะมุ่งเน้นในเรื่องของการเพิ่มขีด</p>	<p>บริการ พร้อมทั้งสนับสนุนการสร้างตลาดกลางทรัพย์สินทางปัญญา และพัฒนาระบบฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาของไทยเพื่อให้ นักวิจัยและผู้ประกอบการสามารถนำทรัพย์สินทางปัญญาที่หมดอายุไปพัฒนาต่อยอดและใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้มากขึ้น</p> <p>นอกจากนี้ ควรมีการดำเนินการอย่างแข็งขันในการป้องกันและปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา โดยบูรณาการการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควบคู่กับการสร้างจิตสำนึกการใช้สินค้าที่มีลิขสิทธิ์ถูกต้องกฎหมาย</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริต ประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาล</p> <p>ในสังคมไทย มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาไว้ ดังนี้</p> <p>1. ปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงาน บทบาท ภารกิจ และคุณภาพบุคลากรภาครัฐ ให้มีความโปร่งใส ทันสมัย คล่องตัว มีขนาดที่เหมาะสม เกิดความคุ้มค่า</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>ความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกให้กับผู้ประกอบการ SMEs ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพการผลิต เพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้า รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจทั้งด้านการจัดการและการตลาด สร้างโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนให้แก่ SMEs, การพัฒนาปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ, ส่งเสริมให้มีกระบวนการผลิตที่รับการรับรอง ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>2. สร้างรายได้และศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับฐานราก ประกอบด้วย การส่งเสริมการสร้างและพัฒนาวิสาหกิจใหม่ที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูง โดยเฉพาะสินค้าและบริการที่ใช้นวัตกรรมและภูมิปัญญา หรือเป็นวิสาหกิจที่สอดคล้องกับนโยบายของรัฐ หรือจะเป็นการส่งเสริม SMEs ที่มีความสอดคล้องกับศักยภาพของแต่ละพื้นที่ และผลักดันให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจ</p>	<p>2. ปรับปรุงกระบวนการงบประมาณและสร้างกลไกในการติดตามตรวจสอบการเงินการคลัง</p> <p>3. เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการให้บริการสาธารณะให้ได้มาตรฐานสากล</p> <p>4. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น</p> <p>5. ป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ</p> <p>6. ปฏิรูปกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมให้มีความทันสมัย เป็นธรรมและสอดคล้องกับข้อบังคับสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม หัวข้อที่ 3 แนวทางการพัฒนา</p> <p>1. เร่งส่งเสริมการลงทุนวิจัยและพัฒนา และผลักดันสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม</p> <p>2. ลงทุนวิจัยและพัฒนา กลุ่มเทคโนโลยี ที่นำสู่การพัฒนาแบบก้าวกระโดด</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>ชุมชน OTOP สามารถพัฒนาขึ้นเป็น SMEs นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการร่วมกลุ่ม SMEs เพื่อสนับสนุนช่วยเหลือ และเกิดการทำธุรกิจร่วมกัน ตลอดจนเกิดความเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่และสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p> <p>3. เชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศในภูมิภาค ประกอบด้วย การพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ ๆ และสร้างโอกาสทางการตลาดให้ SMEs ของไทย พร้อมทั้งสนับสนุนด้านการตลาดในต่างประเทศในสาขาที่ผู้ประกอบการไทยมีศักยภาพสนับสนุนโครงการวิจัยและพัฒนา เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งเร่งรัดการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อการพัฒนา SMEs ในอนาคต สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์ (ก.ล.ต.): มีการสนับสนุน SMEs โดยใช้</p>	<p>3. ลงทุนวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางสังคมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน</p> <p>4. เร่งรัดการถ่ายทอดผลงานวิจัยและพัฒนา และเทคโนโลยีสู่เกษตรกรรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านกลไกเครือข่ายสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีนักถ่ายทอดเทคโนโลยีมืออาชีพเข้ามาช่วยดำเนินการ</p> <p>5. พัฒนาดลาดเทคโนโลยีและนวัตกรรมไทย โดยใช้กลไกระบบบัญชีนวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์ไทย ที่นำไปสู่การจัดซื้อจัดจ้างได้อย่างแท้จริง เพื่อเสริมสร้างโอกาสการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศและทดแทนการนำเข้า</p> <p>6. เสริมสร้างระบบการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับมาตรฐานสากล สามารถ</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
	<p>Crowdfunding ซึ่งเป็นการระดมทุนจากคนหมู่มากที่สนใจลงทุนในธุรกิจ Startup ที่ต้องการสร้างธุรกิจจากความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ โดยผู้ลงทุนแต่ละคนสามารถลงทุนในจำนวนน้อยได้ และส่วนใหญ่ผ่าน Internet portal ที่ถูกกำกับดูแล (Funding portal)</p> <p>บสย.:</p> <p>โครงการค้ำประกันสินเชื่อผู้ประกอบการทั่วไป (SMEs) ซึ่งเป็นผู้ที่ประกอบกิจการครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การค้า การบริการ รับจ้าง ฯลฯ ที่มีทรัพย์สินถาวรไม่เกิน 200 ล้านบาท (ไม่รวมที่ดิน) ทั้งในนามบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินกู้ในระบบสถาบันการเงิน ช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับสินเชื่อจำนวนมากขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาล</p>	<p>นำไปสู่การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มได้ รวมถึงมีฐานข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาที่สะดวกต่อการเข้าถึง ใช้งานง่าย และสืบค้นได้ทั่วโลก เพื่อประกอบการวิเคราะห์และติดตามเทคโนโลยี</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ</p> <p>โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern economic corridor development) ให้เป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของอาเซียน เพื่อส่งเสริม 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New engine of growth) โดยมีพื้นที่ดำเนินการใน 3 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดฉะเชิงเทรา แบ่งเป็นเขตอุตสาหกรรม เขตพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน และเขตพัฒนาเมือง รวมถึงการลงทุนในด้านระบบโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ และพัฒนาระบบการขนส่ง ตลอดจนกำหนดมาตรการในการดึงดูดการลงทุนจาก</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
		<p>ภาคเอกชน ประกอบด้วย การให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนเพิ่มขึ้นจากเดิม การจัดตั้งกองทุนพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ การจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ การลงทุน (One stop service) การอำนวยความสะดวกในการอนุมัติเรื่อง การดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมและผังเมือง ความรวดเร็วในการออกใบอนุญาต การประกาศเป็นเขตปลอดภาษี การจัดหาที่ดินและระยะเวลาเช่าที่ดิน ระยะเวลาพักและทำงานของนักลงทุนและผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศ สิทธิในการทำธุรกรรมทางการเงิน การใช้เงินตราต่างประเทศ การจัดตั้งศูนย์ธุรกรรมการเงิน และการจัดตั้งกองทุนในพื้นที่ร่วมกับชุมชนในท้องถิ่น กระทรวงการคลังได้กำหนดมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น ดังนี้</p> <p>1) แต่งตั้งคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ (National start up committee) โดยมีปลัดกระทรวงการคลังเป็นประธาน และ</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
		<p>ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐและ ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมกันกำหนดยุทธศาสตร์ หลัก (Grand strategy) เพื่อมุ่งเน้นการ แก้ไขปัญหาวิสาหกิจเริ่มต้น (Start up) ของประเทศใน 4 ประเด็นหลัก ดังกล่าวข้างต้น</p> <p>2) จัดตั้งกองทุนเพื่อร่วมลงทุนกับ วิสาหกิจเริ่มต้น (Start up) โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนในด้าน แหล่งเงินทุนให้กับวิสาหกิจเริ่มต้น (Start up) เป็นการเฉพาะ ซึ่งจะจัดตั้ง กองทุนเพื่อร่วมลงทุนกับวิสาหกิจ เริ่มต้น (Start up) โดยมีวงเงินลงทุน เริ่มแรกประมาณ 3,000 ล้านบาท และมี แหล่งเงินทุนจากกองทุนรวมวายุภักษ์ และธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กระทรวงการคลัง:</p> <p>กำหนดให้หน่วยงานภาครัฐสามารถ จัดซื้อจัดจ้างจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการ ที่มีรายชื่อตามบัญชีนวัตกรรมไทย โดย วิธีกรณีพิเศษ</p> <p>โครงการคูปองวิทย์เพื่อ โอท็อป (Science technology and innovation coupon for OTOP upgrade):</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
		<p>หมายถึง การให้บริการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พัฒนาและ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ พัฒนาและ ออกแบบกระบวนการผลิต พัฒนา ระบบมาตรฐาน พัฒนาและออกแบบ เครื่องจักร พัฒนาวัตถุดิบต้นน้ำแก่ ผู้ประกอบการกลุ่ม New OTOP กลุ่ม Existing และกลุ่ม Growth ด้วย วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (Science Technology and Innovation: STI) โดยหน่วยงานสังกัด กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วัตถุประสงค์ของโครงการอุปองวิทย์ เพื่อโอท็อป (STI Coupon for OTOP upgrade) เพื่อสนับสนุนการพัฒนา ขีดความสามารถของผู้ประกอบการ OTOP วิสาหกิจชุมชน โดยการนำ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปใช้ในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ พัฒนาและออกแบบ บรรจุ ภัณฑ์ พัฒนาและออกแบบ กระบวนการผลิต พัฒนาระบบ มาตรฐาน พัฒนาและออกแบบ เครื่องจักร พัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
		<p>ต้นน้ำ ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อภาค การเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาค การค้าและบริการ โดยเฉพาะในสาขา ที่ตอบสนองต่อทิศทางการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดย กลุ่มเป้าหมายของ โครงการประกอบ ไปด้วย 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม New OTOP กลุ่ม Existing และกลุ่ม Growth (ผู้ประกอบการกลุ่ม Growth หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นบริษัท และ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ที่มีการผลิตและ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน/ ผลิตภัณฑ์ ท้องถิ่น/ ผลิตภัณฑ์ OTOP ได้มีการ จดทะเบียนเป็นผู้ประกอบการ OTOP ที่ต้องการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ไปใช้ในการต่อยอด พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่ม ศักยภาพและขีดความสามารถแข่งขัน ทางการตลาดทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ)</p> <p>กรมสรรพากร: กำหนดมาตรการภาษี เพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เทคโนโลยี โดยมีมาตรการยกเว้นภาษี</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
		<p>เงินได้สำหรับรายจ่ายเพื่อการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม (300%)</p> <p>สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม การลงทุน (BOI):</p> <p>มีหน่วยงาน Build development ที่จัด กิจกรรมเกี่ยวกับการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business matching) ระหว่างผู้ซื้อและ ผู้ขาย ปัจจุบันจะมีการดำเนินการในกลุ่ม ยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นหลัก</p> <p>บสย.:</p> <p>โครงการการค้าประกันสินเชื่อเพื่อ ผู้ประกอบการใหม่และนวัตกรรม (Startup & innovation) โดย กลุ่มเป้าหมายจะเป็นผู้ประกอบการ Start-up ซึ่งเป็นธุรกิจใหม่ที่ดำเนิน กิจการไม่เกิน 3 ปี โดยพิจารณาจาก การจดทะเบียนนิติบุคคล หรือการจด ทะเบียนการค้า หรือเอกสารทาง ราชการอื่น ๆ โดยเป็นผู้ประกอบการ ที่ต้องผ่านการฝึกอบรม หรืออยู่ระหว่าง การฝึกอบรมหลักสูตรการบริหาร จัดการธุรกิจ ได้แก่ การจัดการ</p>

ตารางที่ 4-65 (ต่อ)

ระดับ	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในปัจจุบัน	นโยบายและแผนงานส่งเสริมและ พัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน
		<p>การตลาด การบัญชี และการผลิต จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมหรือ หน่วยงานอื่น ๆ ที่ บสย. เห็นชอบ ขณะที่ผู้ประกอบการนวัตกรรม เป็น ธุรกิจที่มีนวัตกรรม หรือมีการนำ เทคโนโลยีมาใช้สร้างความแตกต่าง จากเดิม เช่น การปรับปรุงพัฒนาสินค้า บริการ หรือกระบวนการ โดยได้รับ การรับรองการมีนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีจากธนาคาร หรือ หน่วยงานของรัฐ ได้แก่ สำนักงาน พัฒนาวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) เป็นต้น เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ที่รัฐให้การส่งเสริมเป็นพิเศษทั้ง กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ และ กลุ่มผู้ประกอบการนวัตกรรมและ เทคโนโลยี ที่มีศักยภาพให้เข้าถึงแหล่ง เงินทุนจากสถาบันการเงินเพิ่มขึ้น โดย ธนาคารเป็นผู้พิจารณาตามความเสี่ยง ของลูกค้า ซึ่งรัฐบาลเป็นผู้รับภาระจ่าย แทน SMEs ในปีแรก</p>

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการศึกษาเรื่องแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) ในประเทศไทยในครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบพหุวิธี (Mixed method research) ประกอบด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ทำการวิจัยเชิงพรรณนาด้วยวิธีการสำรวจ (Survey research method) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 สรุปคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาในด้านที่เกี่ยวกับเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม

ส่วนที่ 2.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะขององค์กร (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs))

ส่วนที่ 2.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือ ผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 2.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

ส่วนที่ 2.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับปีที่มีการจัดตั้งกิจการ

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3.1 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านต่าง ๆ กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3.2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3.3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร/ ด้านคุณลักษณะขององค์กร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือไม่

ส่วนที่ 5 สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้

ส่วนที่ 6 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตมีความแตกต่างจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่หรือไม่มีการเติบโต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis)

ส่วนที่ 7 สรุปโมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

ส่วนที่ 8 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ส่วนที่ 9 สรุปผลโดยภาพรวม

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สรุปคุณลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอัตราการเติบโตด้านผลประกอบการ

(ยอดขาย) หรือจำนวนพนักงานในองค์กร เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี ตลอดระยะเวลา 3 ปี ต่อเนื่องกัน

2. เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มักมีการจัดสรรเวลาและงบประมาณในการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงานมากกว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไป

3. เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการใช้ เทคโนโลยีในองค์กรมากกว่าองค์กรทั่วไป

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับคลัสเตอร์อุตสาหกรรม, การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม, การรวมกลุ่มเครือข่าย, การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของเครือข่ายที่สนับสนุนการเติบโต

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) จำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ส่วนอีก 182 ราย ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) คิดเป็นร้อยละ 85.0 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย โดยในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 และไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) จำนวน 92 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.0 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย เป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ส่วนอีก 90 ราย ไม่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) คิดเป็นร้อยละ 81.8

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวน 73 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.1 ส่วนอีก 141 ราย และไม่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม

เดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 65.9 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย โดยในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 37.5 และไม่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 62.5 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน จำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.9 ส่วนอีก 76 รายไม่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 81.8

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.7 ส่วนอีก 174 ราย ไม่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 81.3 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย โดยในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 และไม่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 81.7 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.1 ส่วนอีก 89 ราย ไม่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 80.9

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ส่วนอีก 175 ราย ไม่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 81.8 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย โดยในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.4 และไม่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.6 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโตมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.9 ส่วนอีก 87 ราย ไม่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 79.1

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.5 ส่วนอีก 168 ราย ไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กรคิดเป็นร้อยละ 78.5 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.1 และไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จำนวน 81 ราย คิดเป็นร้อยละ 77.9 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร จำนวน 23 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.9 ส่วนอีก 87 ราย ไม่มีการนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดยมหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบันบริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร คิดเป็นร้อยละ 79.1

ส่วนที่ 2.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะขององค์กร (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs))

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีลักษณะการบริหารจัดการโดยเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.2 รองลงมาคือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยสมาชิกในครอบครัว จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 36.0 และลำดับถัดมา คือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 และมีลักษณะการบริหารจัดการอื่น ๆ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีลักษณะการบริหารจัดการโดยเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 42 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 40.4 รองลงมาคือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยสมาชิกในครอบครัว จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.9 และลำดับถัดมา คือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และมีลักษณะการบริหารจัดการอื่น ๆ จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.7 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ที่มีลักษณะการบริหารจัดการ โดยเจ้าของคนเดียวมากที่สุด จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยสมาชิกในครอบครัว จำนวน 48 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.6 และลำดับถัดมา คือ มีลักษณะการบริหารจัดการโดยทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.4 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มนี้ที่มีลักษณะการบริหารจัดการอื่น ๆ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีสาขามากกว่า 1 สาขา จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.6 และไม่มีสาขาอื่น จำนวน 187 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.4 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสาขามากกว่า 1 สาขา จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.40 และไม่มีสาขาอื่น จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 85.60 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีสาขามากกว่า 1 สาขา จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.90 ส่วนอีก 98 ราย ไม่มีสาขาอื่น คิดเป็นร้อยละ 89.10

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.2 และไม่มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 190 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.8 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 และไม่มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 91 ราย คิดเป็นร้อยละ 87.5 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย มีสาขาในต่างประเทศ จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.0 ส่วนอีก 99 ราย ไม่มีสาขาในต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 90.0

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบ สอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100 จำนวน 170

ราย คิดเป็นร้อยละ 79.4 รองลงมาคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการร่วมลงทุนระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 และเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการลงทุนโดยชาวต่างชาติร้อยละ 100 จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100 จำนวน 77 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาคือ มีการร่วมลงทุนระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 16 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.4 และมีการลงทุนโดยชาวต่างชาติร้อยละ 100 จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.6 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100 จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.5 รองลงมาคือ มีการร่วมลงทุนระหว่างคนไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.1 และมีการลงทุนโดยชาวต่างชาติร้อยละ 100 จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4

ส่วนที่ 2.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือ ผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 1 คน จำนวน 51 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.8 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 2 คน จำนวน 54 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 3 คน จำนวน 38 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.8 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการมากกว่า 3 คน จำนวน 45 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.0 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.1 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 1 คน จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 2 คน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 3 คน จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 17.3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีจำนวนผู้ร่วมก่อตั้งกิจการมากกว่า 3 คน จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 18 ราย คิดเป็น

กลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศชาย จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.7 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศหญิง จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.3 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 1.0 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศชาย จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 72.7 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเพศหญิง จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.5 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.7

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบ สอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี มากที่สุด จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 24.8 ลำดับต่อมา คือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.6 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.6 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 25 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.7 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมาคือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.1 ลำดับต่อมา คือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นร้อยละ 14.4 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 19 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 51-60 ปีมากที่สุด จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.1 รองลงมาคือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไป จำนวน 29 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.4 ลำดับต่อมา คือ มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 และมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีอายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.9 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.5 รองลงมาคือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาโทจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.0 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. จำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.6 ลำดับต่อมาผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 9 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.2 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ อนุปริญญา หรือ ปวส.จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.3 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาเอก จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.3 และผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 39 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้ที่มีผู้ตอบแบบสอบถามผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 53 ราย คิดเป็นร้อยละ 51.0 รองลงมาคือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาโทจำนวน 12 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.5 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. และระดับปริญญาเอก จำนวน 4 รายเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ลำดับต่อมา ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.9 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 26 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.0 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 55 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาโทจำนวน 20 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.2 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือปวช. จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 7.3 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ อนุปริญญา หรือ ปวส.จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.4 ลำดับต่อมา ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ประถมศึกษา จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.5 ลำดับต่อมา คือ ผู้บริหารสูงสุดขององค์กรมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาเอก จำนวน 1 ราย คิดเป็นร้อยละ 0.9 และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.8

ส่วนที่ 2.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 152 ราย คิดเป็นร้อยละ 71.0 และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.6 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.4 โดยแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) จำนวน 104 ราย ซึ่งในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.5 และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 27 ราย คิดเป็นร้อยละ 26.0 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 12.5 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 110 ราย ในกลุ่มนี้มีผู้ตอบแบบสอบถามที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 88 ราย คิดเป็นร้อยละ 80.0 และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 15.5 ทั้งนี้ มีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ตอบคำถามข้อนี้จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.5

ส่วนที่ 2.5 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามในด้านที่เกี่ยวกับปีที่มีการจัดตั้งกิจการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามจำนวนรวมทั้งสิ้น 214 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 และมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถามที่มีอายุของกิจการน้อยที่สุด 6 ปี และมากที่สุด 65 ปี และมีค่าเฉลี่ยของอายุของกิจการที่ 18.88 ปี และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง (กลุ่มที่ 1) มีอายุของกิจการน้อยที่สุด 6 ปี และมากที่สุด 65 ปี และมีค่าเฉลี่ยของอายุของกิจการที่ 14.31 ปี ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต (กลุ่มที่ 2) มีอายุของกิจการน้อยที่สุด 7 ปี และมากที่สุด 57 ปี และมีค่าเฉลี่ยของอายุของกิจการที่ 23.21 ปี

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านต่าง ๆ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3.1 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านต่าง ๆ กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์การกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.78 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .652 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์การที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุดคือ การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.95 อยู่ในระดับมาก อันดับสาม คือ นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก อันดับสี่ คือ การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก อันดับห้า คือ การบริหารจัดการ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.58 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนามูลค่า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.55 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่า ในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่าโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .631 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านกลยุทธ์องค์การที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุดคือ การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.99 อยู่ในระดับมาก และการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนามูลค่า เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่ 3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.70 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .662 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านกลยุทธ์องค์การที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของ ลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.36 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.92 อยู่ในระดับมาก และนวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.59 อยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่ 3

ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.196 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาดูงานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.01 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย คือ การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.87 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่า ในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.13 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.198 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.42 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาดูงานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง และการมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.94 อยู่ในระดับปานกลาง เป็นอันดับที่ 3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.00 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 1.186 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาดูงานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับ

ปานกลาง และการมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.80 อยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับที่ 3

ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.60 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.695 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.76 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ ระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 4 คือ ระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการที่มีความคล่องตัว มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.69 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 5 คือ การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 6 คือ การประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.60 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 7 คือ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.56 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 8 คือ ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.49 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 9 คือ แผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย คือ องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของกลุ่มแข่ง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.34 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโตพบว่าในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่าโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.66 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .690 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรู้ ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.80 อยู่ในระดับมาก และการถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.74 อยู่ในระดับมาก เท่ากับระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง อยู่ในอันดับที่ 3 ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือ ไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.55 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

(SD) เท่ากับ .699 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.81 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.73 อยู่ในระดับมาก และระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่ 3

ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.950 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กรมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.37 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 4 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 5 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์(Product innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.33 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 6 คือ สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.09 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 7 คือ การมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.03 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 8 คือ การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.97 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย คือ การมีหน่วยงานหรือ โครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.93 อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่า ในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .905 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.56 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.54 อยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.53 อยู่ในระดับมาก ส่วนใน

กลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.12 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .985 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.43 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.31 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับที่ 3 คือ มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.26 อยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3.2 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.87 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.634 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.15 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 3 คือ มีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.10 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 4 คือ มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.01 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 5 คือ มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.00 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 6 คือ มีความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.91 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 7 คือ กำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.87 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 8 คือ กำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.85 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 9 คือ สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและรู้ความสามารถให้องค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.82 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 10 คือ มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/หรือเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.76 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 11 คือ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.71 อยู่ในระดับมาก

อันดับที่ 12 คือ เคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก อันดับที่ 13 คือ ให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching) มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก และอันดับสุดท้าย คือ กำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร มีค่าเฉลี่ย (M) เท่ากับ 3.50 อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่า ในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .593 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโตมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.30 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.23 อยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยิ่งยวด มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.76 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .656 กล่าวคืออยู่ในระดับมาก โดยมีปัจจัยย่อยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ มีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโตมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.09 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.08 อยู่ในระดับมาก และอันดับที่ 3 คือ มีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.04 อยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 3.3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความสอดคล้องของนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) กับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.15 มีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ 0.920 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาปัจจัยย่อย พบว่า ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs Supporting policy and environment) ที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs และนโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.28 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.24 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 3 คือ นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล และนโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.21 เท่ากัน อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 4 คือ มีนโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 5 คือ มีการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้เหมาะสม และมีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันคือ เท่ากับ 3.18 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 6 คือ กฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.16 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 7 คือ มีการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.13 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 8 คือ มีการสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ และมีการบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 2.97 เท่ากัน อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 9 คือ มีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.04 อยู่ในระดับปานกลาง อันดับที่ 10 คือ กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.02 อยู่ในระดับปานกลาง และอันดับสุดท้าย คือ สามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสของระบบราชการ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.00 อยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มการเติบโต พบว่าในกลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.19 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ .967 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) ที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.36 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม และกฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.29 อยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน และอันดับที่ 3 คือ นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.27 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนในกลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมี

ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เท่ากับ .877 กล่าวคืออยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยย่อยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) ที่มีระดับความสอดคล้องมากที่สุด คือ นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.25 อยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน และอันดับที่ 3 คือ นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต และนโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.20 อยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน

ส่วนที่ 4 สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือไม่

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร/ ด้านคุณลักษณะขององค์กร ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงหรือไม่ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มการเติบโตที่ต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรแตกต่างกันในภาพรวม

และกลุ่มการเติบโตที่ต่างกันไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร/ ด้านคุณลักษณะขององค์กร และปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในภาพรวม

อย่างไรก็ตาม พบว่า กลุ่มการเติบโตที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร/ ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล/ ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร/ ด้านนวัตกรรมองค์กร/ ด้านคุณลักษณะขององค์กร ในปัจจัย

ย่อยด้านการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนากุศลกร เป็นต้น ด้านการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ ด้านการประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ ด้านการมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร ด้านมีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation) ด้านการบริหารจัดการวิสาหกิจ

และกลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของส่วนปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ในปัจจัยย่อยด้านการมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต ด้านความสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและความรู้ความสามารถในองค์กร ด้านการมีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี ด้านการให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยย่อยด้านการกำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร ปัจจัยย่อยด้านการมีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน ปัจจัยย่อยด้านการให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching) ปัจจัยย่อยด้านเคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน

ส่วนที่ 5 สรุปข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้ สำหรับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้นั้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้ คือ

1. ปัจจัยด้านเงินทุน/ แหล่งเงินทุน/ เงินลงทุน/ การเงิน/ การลงทุน/ ต้นทุน/ เงินกู้
2. ปัจจัยการสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐ/ การสื่อสารข้อมูล/ กฎระเบียบภาครัฐ/ การติดต่อกับภาครัฐ/ ความโปร่งใสในระบบราชการ/ ภาษี/ มาตรการด้านภาษี
3. ปัจจัยด้านค่าแรง/ ต้นทุนค่าแรง/ ค่าแรงขั้นต่ำ/ การจัดการต้นทุนด้านต่าง ๆ
4. ปัจจัยด้านบุคลากร/ แรงงาน/ ทรัพยากรมนุษย์/ แรงงานที่มีประสิทธิภาพ/ ความร่วมมือกับสถานศึกษา/ ความรู้ความสามารถของบุคลากร/ การพัฒนากุศลกร/ ความรู้ ความสามารถของบุคลากร
5. ปัจจัยการเข้าถึงตลาด/ การขยายตลาด/ การตลาด/ ความต้องการของตลาด/ การกำหนดราคา/ การผูกขาดทางการค้า/ ช่องทางการจัดจำหน่าย/ การส่งเสริมการส่งออก

6. ปัจจัยด้านเทคโนโลยีการผลิต/ การเข้าถึงเทคโนโลยี/ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต/ นวัตกรรม/ ผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าคู่แข่ง

7. ปัจจัยด้านการสร้างความร่วมมือ/ เครือข่าย/ International network/ การติดต่อกับต่างประเทศ

โดยมีข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่มีผู้เสนอแนะอื่น ๆ ได้แก่ สภาพแวดล้อม/ สิ่งแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ/ เสถียรภาพทางการเมือง

ส่วนที่ 6 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลุ่มการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต โดยใช้วิธีการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปสมการที่ใช้ในการจำแนกกลุ่มได้ ดังนี้
สมการกลุ่มที่ 1 (กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง)

$$Y_1 = -15.077 + 3.239(\text{MGT}) + 1.577(\text{ENTR}) + 1.249(\text{INNO}) + 0.564(\text{ORG})$$

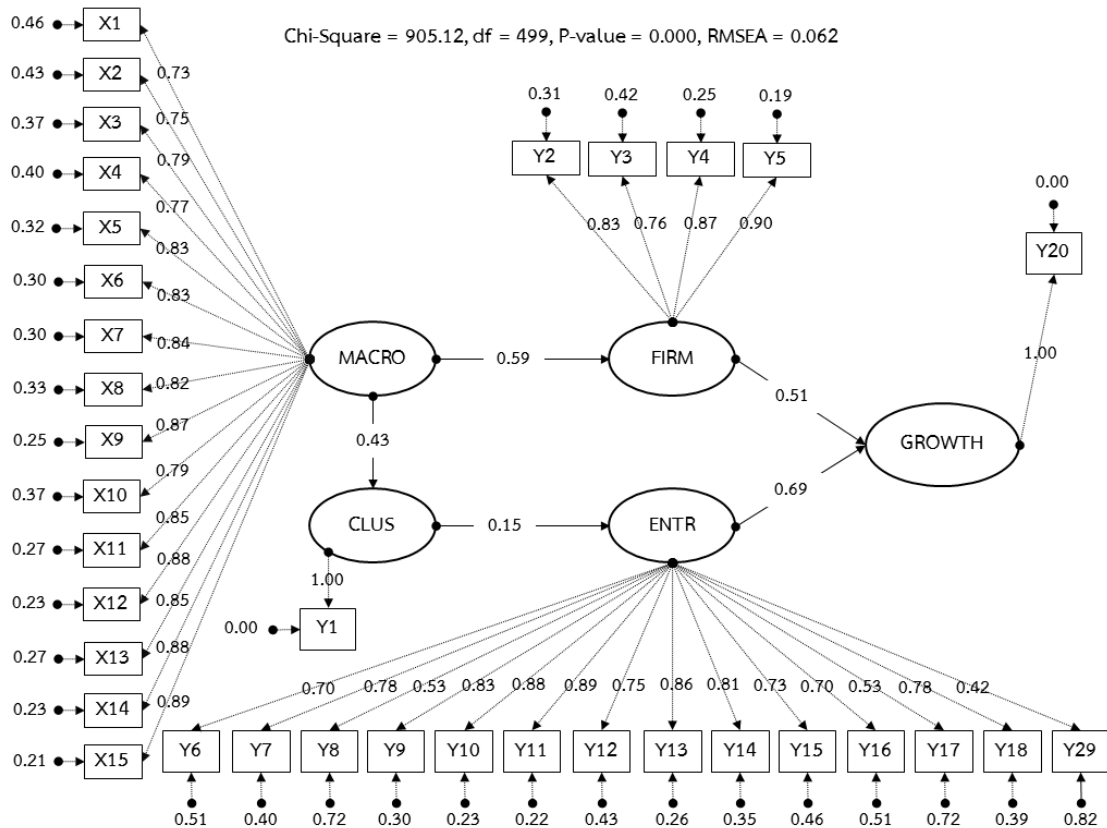
และสมการกลุ่มที่ 2 (กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคการผลิตที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต)

$$Y_2 = -13.827 + 3.173(\text{MGT}) + 1.162(\text{ENTR}) + 1.099(\text{INNO}) + 0.398(\text{ORG})$$

ซึ่งสมการจำแนกกลุ่มทั้ง 2 สมการนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพยากรณ์หน่วยวิเคราะห์ว่าควรจัดให้อยู่กลุ่มใด โดยการแทนค่าตัวแปรอิสระ ในด้านกลยุทธ์องค์กร (ORG) ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร (MGT) ด้านนวัตกรรมองค์กร (INNO) และด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร (ENTR) ของหน่วยวิเคราะห์นั้น ๆ ลงในทั้ง 2 สมการ ถ้าสมการใดมีค่ามากกว่าก็จัดอยู่ในกลุ่มนั้น

ส่วนที่ 7 สรุปโมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

จากผลการวิจัยสามารถสรุปโมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตหลังปรับแก้ระดับความกลมกลืนแล้วได้ ดังนี้



ภาพที่ 5-1 โมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

จากผลการวิจัยเมื่อพิจารณาจากค่าสถิติในการวัดระดับความกลมกลืนของโมเดลหลังปรับแก้แล้ว พบว่า ในภาพรวมโมเดลมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงทำการพิจารณาค่าพารามิเตอร์ โดยเน้นพิจารณาค่าอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย ทั้งนี้ พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและหรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) และปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM) ซึ่งมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.695 และ 0.512 ตามลำดับ

และพบว่าปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (MACRO) มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) และปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM)

นอกจากนี้ ยังพบว่าปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม (CLUS) มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR)

รวมถึงพบว่า ปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (MACRO) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR)

และเมื่อพิจารณาในภาพรวมจะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีขนาดของอิทธิพลสูงที่สุด ได้แก่ ปัจจัยย่อยด้านนวัตกรรมองค์กร รองลงมาคือ ปัจจัยย่อยด้านการกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต ลำดับถัดมาคือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร และปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร และปัจจัยย่อยด้านความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงได้ของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 8 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. สรุปผลการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อยืนยันผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถาม

ในการสนทนากลุ่มย่อยประกอบด้วยประเด็นหัวข้อในการสนทนารวม 8 ประเด็นหลัก ซึ่งสามารถสรุปผลการสนทนากลุ่มย่อยได้ว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ได้แก่ การเป็นสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง รวมถึงการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความสามารถในการสร้างอุปสงค์ในตลาด และการที่ผู้ประกอบการมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน โดยเฉพาะผู้ที่เริ่มต้นดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ หากผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีปลอดดอกเบี้ยหรือมีดอกเบี้ยต่ำได้ ก็จะสามารถสร้างการเติบโตให้กับวิสาหกิจได้เร็วขึ้น เป็นต้น

2. ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยเห็นด้วยกับผลการวิจัยว่า

2.1 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านกลยุทธ์องค์กรในอันดับแรก ได้แก่ การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า

2.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลในอันดับแรก ได้แก่ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศ ด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ

2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรในอันดับแรก ได้แก่ การมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและทักษะการปฏิบัติงาน

2.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านนวัตกรรมองค์กร ในอันดับแรก ได้แก่ การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า

2.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ในอันดับแรก ได้แก่ การมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต

2.6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง ในอันดับแรก ได้แก่ นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs และนโยบายในการสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้

3. ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อยได้เสนอแนะความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

3.1 การกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจจะต้องคำนึงสื่อสังคมออนไลน์รวมถึงแนวทางในการแก้ปัญหากรณีเกิดกระแสด้านลบต่อสินค้าและบริการไว้ล่วงหน้าด้วย

3.2 การมีเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี รวมถึงการมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการดำเนินธุรกิจปัจจุบัน

2. สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิจำนวนรวมทั้งสิ้น 10 ท่าน ในระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ. 2559 สามารถสรุปได้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) นั้น มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั่วไป ดังนั้นแนวทางในการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs) จึงควรมีความแตกต่างนโยบายส่งเสริมและพัฒนาโดยทั่วไป โดยมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ในระดับผู้ประกอบการ

สำหรับผู้ประกอบการนั้นถือเป็น Key success factor ที่สำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากตัวของผู้ประกอบการเองมักเป็นผู้ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการองค์กรด้วย ซึ่งปัญหาสำคัญที่พบและผู้ทรงคุณวุฒิหลายท่าน ๆ ได้ให้ทัศนะไว้ ก็คือ ปัญหาในเรื่องการรับรู้บริบทภายนอกองค์กร และความตระหนักและใส่ใจต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาวะการณ์

ต่าง ๆ ตลอดจนแรงบันดาลใจในการสร้างการเติบโตให้กับองค์กร ทั้งนี้ อาจแบ่งผู้ประกอบการ ออกเป็นผู้ประกอบการรุ่นเก่า และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ซึ่งอาจเป็นทายาทธุรกิจจากรุ่นลูกหลาน หรือเป็นผู้ประกอบการใหม่ที่เป็นคนรุ่นใหม่ ซึ่งในแต่ละกลุ่มก็จะมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกัน ส่งผลให้แนวทางในการให้การส่งเสริมและสนับสนุนแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ดังนั้น ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการควรมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ในแต่ละกลุ่มให้มีความรู้ความสามารถและทักษะที่จำเป็นตรงกับสภาพการณ์ปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงนั้น โดยภาพรวมควรมีความชัดเจน โดยเฉพาะควรกำหนดแนวทาง ในการสร้างให้ผู้ประกอบการในกลุ่มที่มีศักยภาพเกิดแรงบันดาลใจที่จะเติบโต รวมถึงควรจัดให้มีการเตรียมความพร้อม และพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้ป็นผู้ที่มีแนวคิดในการดำเนิน กิจการเชิงรุก มีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาพัฒนาการประกอบการ ตลอดจนใช้ เทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ ในการบริหารจัดการ รวมถึงกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการสร้าง นวัตกรรมขององค์กร ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่ผลิตโดยการใช้วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยีเป็นตัวนำ ตลอดจนมีการใช้งานวิจัยและพัฒนาปรับปรุงกระบวนการ รวมถึงเล็งเห็น ถึงความสำคัญของสิทธิประโยชน์จากสิทธิบัตรในด้านต่าง ๆ

2. ในระดับองค์กร

การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีการเติบโต และก้าวไปสู่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงนั้น มีหลายปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันในระดับองค์กร การบริหารจัดการกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ถือเป็นหัวใจสำคัญ ซึ่งสามารถสรุปได้ คือ

2.1 กลยุทธ์ในการบริหารจัดการ

ผู้ประกอบการควรมีการวางระบบการบริหารจัดการองค์กรให้เอื้อต่อการเติบโต กล่าวคือมีมาตรฐานระบบการบริหารจัดการที่เป็นสากล ตลอดจนผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานเป็นที่ ยอมรับจากลูกค้า เพื่อให้สามารถสร้างรายได้จากการขยายตลาดเพิ่มขึ้น

2.2 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมขององค์กร

ในการผลิตสินค้านั้น หากต้องการสร้างโอกาสในการขายให้เพิ่มขึ้น และต้องยอมรับ ว่าการมีนวัตกรรมสินค้าใหม่ ๆ ย่อมสามารถตอบโจทย์นี้ได้

2.3 กลยุทธ์การตลาดและการตลาดในระดับสากล

ในการผลิตสินค้านั้น เมื่อผลิตแล้วจะต้องสามารถขายได้ ดังนั้น การจัดการด้าน การตลาดจึงถือเป็นหัวใจสำคัญ และหากจะสร้างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิด การเติบโตสูง สิ่งแรกที่ต้องดำเนินการ คือ การจัดการด้านการตลาด การเพิ่มยอดขาย เพื่อให้รายรับ

เพิ่มมากขึ้น ย่อมนำไปสู่การเติบโตขององค์กร การเปิดตลาดใหม่ ๆ ตลอดจนการส่งสินค้าไปขายยังต่างประเทศจึงเป็นช่องทางสำคัญ ในปัจจุบันพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังขาดทักษะที่สำคัญ โดยเฉพาะในด้านการสื่อสารกับลูกค้าและการบริหารจัดการที่มีมาตรฐานและเป็นระบบสากล ซึ่งจะนำไปสู่การยอมรับของตลาดในเบื้องต้น

2.4 กลยุทธ์การพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของทรัพยากรขององค์กร แบ่งเป็น

2.4.1 การบริหารจัดการทรัพยากรด้านบุคคล

ทรัพยากรบุคคลถือเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าที่สุดขององค์กร เพราะไม่ว่าองค์กรจะก้าวล้ำนำสมัย หรือมีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวล้ำหน้าแค่ไหน ก็ยังคงต้องอาศัยบุคคลเป็นผู้ขับเคลื่อน ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลจึงเป็นเรื่องที่ต้องดำเนินการลำดับต้น ๆ เป็นเรื่องจำเป็นสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จะมีการเติบโตสูงที่จะต้องมีการจัดการที่มีความรู้ความสามารถและทักษะที่จำเป็น และที่ขาดไม่ได้ ก็คือ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ซึ่งอย่างน้อยที่สุด ก็คือ ภาษาอังกฤษ เพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าต่างประเทศได้ นอกจากนี้ การบริหารจัดการค่าตอบแทนที่เหมาะสมให้กับพนักงานตามความรู้ความสามารถและทักษะก็มีความจำเป็นเช่นกัน เพื่อรักษาพนักงานที่มีความรู้ความสามารถและทักษะอยู่กับองค์กรนาน ๆ

2.4.2 การบริหารจัดการทรัพยากรด้านอื่น ๆ ขององค์กร

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังคงเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการในระบบครอบครัว และไม่มีแรงบันดาลใจในการเติบโต จึงไม่มีการนำระบบการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐานสากล เช่น ระบบ ISO เข้ามาใช้ในองค์กร ทั้งนี้ อาจจะเป็นเรื่องของต้นทุนการดำเนินการด้วยเช่นกัน รวมถึงจากทัศนคติของหลาย ๆ ท่าน ให้ความเห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังมีการบริหารจัดการขององค์กรที่ไม่เป็นระบบ เช่น การจัดการด้านการเงิน ด้านต้นทุน เป็นต้น

3. ในระดับกลาง

สำหรับประเทศไทยในปัจจุบันการสร้างคลัสเตอร์อาจจะยังไม่สามารถทำได้เต็มรูปแบบ เนื่องจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการไทยยังไม่เอื้อให้เกิดขึ้นได้ หลาย ๆ หน่วยงานให้ความคิดเห็นว่าในเบื้องต้นนั้นควรจะมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการให้มีการสร้างเครือข่าย ที่มีประสิทธิผลในลำดับแรก เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อถือและความไว้วางใจซึ่งกันและกัน รวมถึงการเริ่มต้นสร้างวัฒนธรรมในการแบ่งปัน (Sharing) ระหว่างสมาชิกในเครือข่าย แล้วจึงค่อยพัฒนาต่อยอดเป็นคลัสเตอร์ โดยมีหน่วยงานภาครัฐทำให้ที่เป็นผู้ประสานงาน ประสานความร่วมมือระหว่างเครือข่าย หรือประสานข้ามเครือข่าย ตลอดจนเป็นที่ปรึกษาในการบริหารจัดการ

เครือข่าย และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลและการเติบโตต่อไป

4. ในระดับมหภาค

ในระดับนี้จะเป็นระดับของการกำหนดนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐ ซึ่งในปัจจุบันได้มีการกำหนดนโยบายออกมาอย่างหลากหลายซึ่งเอื้อต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมาก แต่อุปสรรคสำคัญที่พบ คือ การที่หน่วยงานภาครัฐแต่ละหน่วยไม่มีการดำเนินการไปตามฟังก์ชันการทำงานของหน่วยงาน แต่กลับมีโครงการของแต่ละหน่วยงานซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ทำให้เกิดความซ้ำซ้อนของการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนไปที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเดียวกัน และทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอีกมากไม่มีโอกาสถูกเลือกเข้าร่วมในโครงการส่งเสริมและสนับสนุนต่าง ๆ

ส่วนที่ 9 สรุปผลในภาพรวม

จะเห็นได้ว่าผลสรุปที่กล่าวมาข้างต้นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตทางด้านกลยุทธ์องค์กร ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล และด้านนวัตกรรมขององค์กร

1.2 ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต

2. ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่

2.1 การบริหารจัดการนโยบายของภาครัฐ

2.2 การสร้างเครือข่าย และคลัสเตอร์อุตสาหกรรม

ดังนั้นแนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมและและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (High-growth SMEs) ในประเทศไทยจึงควรดำเนินการ ดังนี้

1. ในระดับมหภาค (ระดับนโยบาย) และระดับกลาง

ในปัจจุบันภาครัฐมีการกำหนดนโยบายที่เอื้อต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตเป็นทุนอยู่แล้ว จะขาดก็แต่การบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐและการนำนโยบายไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าภาครัฐควรมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางซึ่งบูรณาการงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มี

การเติบโตสูงโดยตรง และกระจายหน่วยงานนี้ออกไปในระดับภูมิภาค และถ้าเป็นไปได้ควรลงลึก
ลงไปถึงระดับจังหวัด โดยให้อำนาจในการดำเนินการบริหารจัดการในองค์กรรวมได้ในระดับหนึ่ง
ทั้งนี้เพื่อให้การกระจายนโยบายภาครัฐไปสู่ภูมิภาคทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึง
กลุ่มเป้าหมาย ลดค่าใช้จ่ายในการติดต่อประสานงานมายังส่วนกลาง

มีหน้าที่ในการจัดให้มีโครงการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหาร
สูงสุดขององค์กรที่คัดสรรแล้วว่ามีศักยภาพในการเติบโตที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล
ตลอดจนพัฒนาแรงงานที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ที่มีการเติบโตสูง

หน่วยงานนี้ยังมีหน้าที่เพิ่มเติมในการเป็นผู้ประสานงาน ประสานความร่วมมือระหว่าง
เครือข่าย หรือประสานข้ามเครือข่าย ตลอดจนเป็นที่ปรึกษาในการบริหารจัดการเครือข่าย และ
อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลและการเติบโตต่อไป
นอกจากนี้ภาครัฐยังควรมีการลงทุนในปัจจุบันพื้นฐานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและ
พัฒนา และการสร้างนวัตกรรม เช่น ศูนย์ทดสอบทางเทคนิคด้านต่าง ๆ ศูนย์วิจัย เป็นต้น และ
ส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้ามาใช้งานร่วมกัน เพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายในด้าน
ต้นทุนการประกอบการ

2. ในระดับองค์กร และระดับผู้ประกอบการ

ควรมีการดำเนินการตามกรอบยุทธศาสตร์ของภาครัฐ และประสานความร่วมมือกับ
ภาครัฐเพื่อสร้างความเติบโตให้กับองค์กร โดยเฉพาะในเรื่องการพัฒนาขีดความสามารถใน
การประกอบการ และเพิ่มศักยภาพในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเติบโตขององค์กร

ควรจัดให้มีระบบการบริหารจัดการองค์กรที่มีมาตรฐานเป็นสากล เพื่อสร้างความ
น่าเชื่อถือ และไว้วางใจให้กับลูกค้า

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) ที่ตอบสอบถามส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ
และ/หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) ไม่มีความ
ร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน และไม่มีการร่วมวางแผนในการกำหนด
ทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ รวมถึงไม่มีความร่วมมือกับ
สถาบันการศึกษา และ/หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ และพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มที่มีการเติบโต
และมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง และกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/หรือไม่มีการเติบโตมีส่วน

การไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (คลัสเตอร์อุตสาหกรรม) ไม่มีความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกัน และไม่มีการร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทางเป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาพร้อมกับหุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ รวมถึงไม่มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่ใกล้เคียงกัน คือมากกว่าร้อยละ 80 ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะการบริหารจัดการ โดยเจ้าของคนเดียว หรือมีผู้บริหารสูงสุดขององค์กรเป็นเจ้าของกิจการ มีอายุระหว่าง 41-60 ปี เพศชาย มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสัดส่วนการลงทุนโดยคนไทยร้อยละ 100 ตลอดจนมีผู้ร่วมก่อตั้งกิจการ 2 คน และส่วนใหญ่ไม่มีสาขาอื่น ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกันทั้งทั้งในกลุ่มที่มีการเติบโตและมีแนวโน้มที่จะเติบโตสูง และกลุ่มที่มีการเติบโตไม่คงที่ และ/ หรือไม่มีการเติบโต

และจากการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านความสอดคล้องระหว่างปัจจัยและกลยุทธ์ขององค์กรกับการเติบโตสูง พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามี ความสอดคล้องอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านกลยุทธ์ขององค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า รองลงมาคือ การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/ หรือบริการ นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive) รวมถึงการบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ ตลอดจนการบริหารจัดการ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กรและการกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมนั้นมีความสอดคล้องกับการเติบโตสูงขององค์กรในระดับมาก ซึ่งปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ การที่บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน รองลงมาคือ การที่องค์กรมีความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร รวมถึงมีระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง ตลอดจนมีระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัว และบุคลากรขององค์กรมีการถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ มีการประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ

มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต เป็นต้น

ในส่วนของกลยุทธ์ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้น โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีความสอดคล้องอยู่ในระดับปานกลาง โดยปัจจัยด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากลที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ รองลงมาคือ การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก ซึ่งในประเด็นนี้นั้นผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึกส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นไว้ว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตยังไม่ถึงอันเนื่องมาจากปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการ อาทิเช่น ความรู้ความสามารถและทักษะของผู้ประกอบการและบุคลากรขององค์กร เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมองว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตจะเกิดการเติบโตสูงได้นั้น ตลาดจะเป็นเรื่องสำคัญ เป็นตัวนำไปสู่การเพิ่มรายได้ขององค์กร เพราะหากผลิตสินค้าแล้วไม่สามารถหาตลาดเพื่อขายสินค้าได้ก็คงจะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กรอย่างแน่นอน

และหากมองถึงกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมขององค์กร จะเห็นได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มองว่ามีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงขององค์กรในระดับปานกลาง โดยมองว่าปัจจัยย่อยในด้านนวัตกรรมองค์กรต่าง ๆ มีระดับความสอดคล้องปานกลาง ได้แก่ การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร การมีนวัตกรรมใหม่ด้านกระบวนการ (Process innovation) ด้านการบริการ (Service innovation) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) ตลอดจนความสามารถในการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ หรือการมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตรขององค์กร รวมถึงการมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง และการมีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร ซึ่งไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมองว่าปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรนี้เป็นจุดเริ่มต้นของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่จะนำไปสู่การเติบโตสูง เนื่องจากนวัตกรรมจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้า และการผลิตสินค้าใหม่ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า อันจะนำไปสู่การเพิ่มรายรับของวิสาหกิจอย่างยั่งยืน

และเมื่อพิจารณาปัจจัยในระดับของผู้ประกอบการ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ข้อคิดเห็นว่าคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมมีความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของ

องค์กรในระดับมาก โดยมีปัจจัยคุณสมบัติที่สำคัญในระดับมาก ได้แก่ การมีแรงบันดาลใจในการสร้างองค์กรให้เกิดการเติบโต ความเชื่อมั่นในการกระทำของตน ความมีอิสระ (Autonomy) ในการตัดสินใจเพื่อการบริหารจัดการองค์กร มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน มีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้ มีความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงได้ มีการกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุก การกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต ตลอดจนความสามารถในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและรู้ความสามารถให้องค์กร มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี รวมถึงมีการให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ และประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อนรวมทั้งการให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching) มีตลอดจนมีการกำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อมุ่งไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ส่วนปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) นั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความเห็นว่ามีความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment) ที่มีระดับความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด คือ นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้ รองลงมาคือ นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล และนโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม ตลอดจนการมีนโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร และมีการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้เหมาะสม และมีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสมตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมองว่าในปัจจุบันนั้นนโยบายที่ภาครัฐได้มีการกำหนดไว้มีความเหมาะสมต่อการส่งเสริมและสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอย่างมาก เนื่องจากมองว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นรากฐานที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ ตลอดจนการหมุนเวียนของเม็ดเงินในระบบเศรษฐกิจ

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบว่ากลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกันมีผลต่อความ

คิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องของปัจจัยด้านต่าง ๆ หรือไม่ พบว่า กลุ่มการเติบโตที่แตกต่างกัน มีผลทำให้ความคิดเห็นต่อระดับความสอดคล้องต่อปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรแตกต่างกันในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับ Gibcus et al. (2006), Waasdorp and Bakkenes (2006) และ Zhou and Wit (2009) ซึ่งได้ให้ข้อสรุปไว้ใกล้เคียงกันว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้องค์กรเกิดการเติบโต เนื่องจากผู้ประกอบการจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญอย่างมากในการตัดสินใจในทิศทางการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

และเมื่อเปรียบเทียบกับสมการที่ได้จากการวิเคราะห์จำแนกกลุ่ม (Discriminant analysis) จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่นำมาใช้ในการแบ่งกลุ่มจะประกอบไปด้วยปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร ด้านนวัตกรรมองค์กร และด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการ และ/หรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ซึ่งมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และผลการศึกษาของ OECD (1997), Sheppard (2010), Heimonen (2012) และ Lockett et al. (2013)

ในส่วนของโมเดลสมการเชิงโครงสร้างการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในภาพรวมนั้น พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและหรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (ENTR) และปัจจัยด้านกลยุทธ์ และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM) และปัจจัยที่มีขนาดของอิทธิพลสูงสุด ได้แก่ ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร รองลงมาคือ การกำหนดรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต ลำดับถัดมา คือ ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร ตลอดจนปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กรและ ความสามารถกำหนดทิศทางการแข่งขันท่ามกลางสถานะการแข่งขันที่รุนแรงได้ของผู้ประกอบการ ซึ่งมีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และพบว่าปัจจัยด้านนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงนั้นไม่ได้มีอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยผ่านปัจจัยด้านเครือข่ายและคลัสเตอร์อุตสาหกรรม และปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมและสนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (FIRM) ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ EIM (2006) ซึ่งสรุปไว้ว่านโยบายและการดำเนินการของภาครัฐมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจ โดยเฉพาะการดำเนินการช่วยเหลือและปรับปรุงสภาพแวดล้อมในด้าน

ต่าง ๆ ที่มีผลต่อการประกอบการให้กับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงยังไม่สอดคล้องกับ Lilischkis (2013) ซึ่งพบว่า ในการที่จะให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ให้มีการเติบโตที่สูงขึ้นนั้น ภาครัฐจะต้องมีการดำเนินการในด้านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจ การกระตุ้นหรือโน้มน้าวทัศนคติของผู้ประกอบการ การสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมวิสาหกิจที่เกิดขึ้นใหม่หรือวิสาหกิจขนาดเล็ก การปรับปรุงการเข้าถึงแหล่งการเงิน และการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (SMES Internationalisation)

ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตเพื่อส่งเสริมให้มีการเติบโตสูง

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยในครั้งนี้กับนโยบายและแผนงานส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน พบว่า นโยบายที่ได้มีการกำหนดไว้แล้ว ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับผลที่ได้จากการวิจัย แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงเพิ่มเติมดังตารางที่ 5-1

ตารางที่ 5-1 ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
1. ระดับผู้ประกอบการ	<p>1.1 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดไว้ในหัวข้อ 3.2.4 การพัฒนาการค้าและการลงทุน มีการกำหนดการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับผู้ประกอบการ ซึ่งสรุปได้พอสังเขป คือ</p> <p>1. การสร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีจิตวิญญาณในการเป็นผู้ประกอบการ มีทักษะในการทำธุรกิจ รู้จักใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิต การจัดการ การขาย (Smart SMEs)</p>	<p>จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า</p> <p>1. คุณสมบัติของผู้ประกอบการที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตสูง อาทิเช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้ที่มีการกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจเชิงรุก และมีรูปแบบการบริหารงานที่ส่งเสริมให้องค์กรเติบโต - เป็นผู้ที่มีความสามารถในการกำหนดทิศทางการแข่งขันขององค์กรท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงได้ และมีความเชื่อมั่นในการกระทำของตนเองมีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน - เป็นผู้ที่มีความสามารถพัฒนา 	<p>1. ในการสร้างผู้ประกอบการใหม่นั้น แบ่งออกได้เป็น 2 กรณี คือ</p> <p>กรณีที่ 1: การสร้างผู้ประกอบการจากประชากรภายในประเทศ โดยการปลูกฝังให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่วัยเด็ก โดยอาจมีการกำหนดไว้ในหลักสูตรการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาลหรือประถมศึกษา เปิดโอกาสให้เป็นผู้ประกอบการ ยกตัวอย่างเช่น หนึ่งระดับชั้น หนึ่งธุรกิจ โดยใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นเป็นต้น และต่อ ยอดเชิงลึกขึ้นมาเป็นลำดับในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>2. ส่งเสริมให้มีการกำหนดหลักสูตรทักษะการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน อุดมศึกษาและสายอาชีพ ให้มีความรู้ความเข้าใจในการเริ่มต้นธุรกิจ รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมในสถานศึกษาที่เอื้อต่อการเรียนรู้และกระตุ้นการเป็นผู้ประกอบการ</p> <p>3. สร้างสังคมผู้ประกอบการโดยสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - การเข้าถึงข้อมูลด้านธุรกิจและสิทธิประโยชน์ - การเข้าถึงแหล่งเงินทุน 	<p>ขีดความสามารถในการแข่งขันและความรู้ความสามารถในองค์กร ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นผู้ที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวต่อสถานการณ์ (Dynamic capability) ได้ - เป็นผู้ที่มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านการตลาด และ/ หรือเทคโนโลยี <p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - ต้องปรับปรุงในเรื่องของการเข้าถึงบริการภาครัฐให้กลุ่มคนที่หลากหลายมากขึ้น สามารถเข้าถึงได้ และการเสนอบริการ 	<p>กรณีที่ 2: การส่งเสริมผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาก่อนจากต่างประเทศ โดยให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดการเข้ามาลงทุน อาทิเช่น การให้สัญชาติไทยกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาก่อนจากต่างประเทศและมีเงินลงทุนที่จะมาลงทุนในประเทศไทย ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการจัดทำวีซ่า เป็นต้น</p> <p>2. ภาครัฐจะต้องดำเนินการในเชิงรุกให้มากขึ้น และจัดหาพันธมิตรเพิ่มเติม เช่น สถาบันการจัดการฝึกอบรม และ/ หรือ ที่ปรึกษาที่เป็นผู้มีประสบการณ์มาก่อน</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>- การเข้าถึงนวัตกรรม</p> <p>- การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการและการตลาด</p> <p>4. มีการกำหนดมาตรการสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจดทะเบียนธุรกิจตามกฎหมาย และพัฒนากลไกสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ในการสร้างขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เติบโตและแข่งขัน</p>	<p>ภาครัฐในรูปแบบเชิงรุกมากขึ้น โดยพยายามเปิดการให้บริการทางออนไลน์ เพราะออฟไลน์อาจจะไม่สะดวกมีหลายข้อจำกัดและพยายามให้บริการมันเชื่อมต่อกัน</p> <p>2. ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน นั้นมีหลายหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน ได้แก่</p> <p>- กระทรวงการคลัง: ได้กำหนดมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น (Start up) โดยมีการจัดตั้งกองทุนเพื่อร่วมลงทุนกับวิสาหกิจเริ่มต้น (Start up) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนในด้านแหล่งเงินทุนให้กับ</p>	<p>การศึกษา หรือสถาบันการศึกษาที่มีบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ และ/ หรือผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นต้น</p> <p>3. เร่งประชาสัมพันธ์ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทราบถึงการดำเนินการของหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ</p> <p>4. สร้างสภาพแวดล้อมและสาธารณูปโภคส่วนกลางที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ</p> <p>5. จัดให้มีการบริการฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งข้อมูล</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุกมิติเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
		<p>วิสาหกิจเริ่มต้น (Start up) เป็นการเฉพาะ ซึ่งจะจัดตั้งกองทุนเพื่อร่วมลงทุนกับวิสาหกิจเริ่มต้น (Start up) โดยมีวงเงินลงทุนเริ่มแรกประมาณ 3,000 ล้านบาท และมีแหล่งเงินทุนจากกองทุนรวมวายุภักษ์ และธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีเงินกู้ยืมเพื่อการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร - กสศ. มีการกำหนดเกณฑ์ที่จะเอื้อให้การระดมทุนง่ายขึ้นเช่น Crowd funding <p>โดยมีตัวกลาง ที่เราเรียกว่า Funding portal</p>	<p>การวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ง่ายขึ้น</p> <p>6. ในการจะสร้างให้ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการด้านต่าง ๆ ในองค์กรนั้น ภาครัฐควรให้การอุดหนุนภาคเอกชนหรือองค์กรมหาชน ให้เป็นผู้ดำเนินการจัดทำแพคเกจสารสนเทศในด้านต่าง ๆ ตามขนาดขององค์กรที่มารับบริการ และให้มีการเรียกเก็บค่าบริการตามขนาดขององค์กรที่มาใช้บริการ</p> <p>7. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีศักยภาพควรได้รับการส่งเสริม</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุกมิติเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
		<p>- บสย. เป็นผู้ค้ำประกันสินเชื่อให้กับ SMEs ในโครงการการค้ำประกันสินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการใหม่และนวัตกรรม (Start-up & innovation) โดยกลุ่มเป้าหมายจะเป็นผู้ประกอบการ Start-up ซึ่งเป็นธุรกิจใหม่ที่ดำเนินกิจการไม่เกิน 3 ปี</p> <p>3. การเข้าถึงนวัตกรรมนั้นมีหน่วยงานที่ดำเนินการ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงการคลัง จัดทำบัญชีนวัตกรรมของไทย - โครงการจัดตั้งศูนย์ฯ พอดเซ็นเตอร์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ที่มีชื่อว่า IP 	<p>และสนับสนุนให้เกิดการเติบโตเป็นลำดับขั้น ทั้งนี้ ภาครัฐควรจัดให้มีระบบการประเมินผล และส่งต่อการบริการ เพื่อให้การส่งเสริมและพัฒนาเป็นไปอย่างต่อเนื่องต่อไป</p> <p>8. ภาครัฐควรจัดทำฐานข้อมูลกลางในเรื่องการบริการ SMEs ด้านต่าง ๆ ที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ควรทราบ โดยฐานข้อมูลนี้ต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้</p> <p>9. จัดทำฐานข้อมูลกลางวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ขึ้นทะเบียน</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
		<p>SMEs Support center จะช่วยสนับสนุนเรื่องของการให้คำปรึกษา ในแง่ตั้งแต่พัฒนาตัวสินค้า ไปจนถึงการปรับปรุงตัวสินค้าให้มีนวัตกรรมมากขึ้น</p> <p>4. การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กร มีหน่วยงานที่สนับสนุนการนำมาใช้ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม มีสนับสนุนให้มีการนำระบบ ERP มาใช้ในการบริหารจัดการ - NIA สนับสนุนให้มีการใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการผลิต 	<p>เพื่อให้สามารถจัดการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสม</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
		- สภาพอุตุฯ ให้การสนับสนุนสมาชิกฯ ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้เขาจับตลาดได้สูงขึ้น เอามาตรฐาน ISO เข้ามาใช้งาน เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง	
	<p>1.2 สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.): มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ และมีการดำเนินโครงการสร้างผู้ประกอบการในหลายโครงการ ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. โครงการเด้าแก่น้อยเทคโนโลยี 2. โครงการเตรียมเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ธุรกิจเทคโนโลยี (New technopreneurs 	<p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กรมทรัพย์สินทางปัญญามีโครงการประสานกับมหาวิทยาลัยในส่วนภูมิภาค เพื่อให้มีหน่วยงานให้บริการประชาชน โดยเฉพาะ SMEs ในภูมิภาค 2. มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจในส่วนภูมิภาค 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ในการดำเนินการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจนั้น การดำเนินการ โดยภาครัฐฝ่ายเดียวอาจไม่เพียงพอและยากต่อการเข้าถึง ดังนั้นภาครัฐควรเพิ่มการอุดหนุนและส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจภาคเอกชน โดยอาจดำเนินการในลักษณะการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน ให้ภาคเอกชนดูแลในเรื่องการดำเนินธุรกิจและคัดเลือก

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>creation pre-incubation program)</p> <p>3. โครงการบ่มเพาะธุรกิจเทคโนโลยี (Technology business incubation program)</p> <p>4. Technology business post-incubation program</p>		<p>ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีศักยภาพเข้าสู่โครงการและดูแลให้คำปรึกษาตลอดโครงการ ส่วนภาครัฐดูแลในเรื่องการติดต่อประสานงานภาครัฐ</p> <p>2. ส่งเสริมให้องค์กรขนาดใหญ่เป็นที่เลี้ยงให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และส่งเสริมให้เข้าร่วมลงทุนกับวิสาหกิจในโครงการบ่มเพาะได้ด้วย</p> <p>3. จะต้องทำการสร้างผู้ประกอบการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาค</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
			การผลิต ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการให้ดำเนินโครงการวิจัยและพัฒนาใช้ในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจ
2. ระดับองค์กร	2.1 ด้านกลยุทธ์องค์กร	<p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กรที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตสูงขององค์กร ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความคล่องตัวขององค์กรในการดำเนินการตามระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการ - การส่งเสริมกระบวนการเรียกว่าเพิ่ม Productivity 	ภาครัฐควรจัดให้มีการสัมมนาชี้แจงแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐตามกรอบระยะเวลาให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกภูมิภาคทราบเพื่อให้เกิดความชัดเจน และทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนดังกล่าว

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
		<ul style="list-style-type: none"> - การควบคุมต้นทุนเป็นเรื่องที่สำคัญ และควรต้องทำ ในส่วนของสภาอุตสาหกรรมจะทำโครงการที่ไปช่วย SMEs โดยเอามาตรฐานการจัดการ เช่น Lean manufacturing เข้าไปเป็นเครื่องมือ เพื่อที่จะลดต้นทุนเพื่อให้กลับมาแข่งขันได้อีกครั้งหนึ่ง - กลยุทธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องสอดคล้องกับตลาด - กลยุทธ์ที่สำคัญคือ การบริหารความเสี่ยง 	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>2.2 ด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ</p> <p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดไว้ในหัวข้อ 3.2.2 การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม กำหนดไว้ให้มีการส่งเสริมการสร้างและพัฒนาตลาดสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะตลาดในประเทศโดยสนับสนุนการจัดซื้อวัตถุดิบและสินค้าที่ผลิตภายในประเทศที่มีมาตรฐาน ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานบังคับขั้นพื้นฐานทั้ง</p>	<p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ในส่วนของการส่งเสริมการทำตลาดนั้น พบว่ามีหลายหน่วยงานที่มีโครงการและการให้การดูแล เช่น</p> <p>- สสว. ได้มีการกำหนดนโยบายไว้ โดยแนวนโยบายของแผนจะมุ่งเน้น SMEs ให้สามารถออกไปทำตลาดต่างประเทศได้ โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมองตลาดในมุมกว้าง คือ อาเซียนคือตลาดเดียวกัน หรือถ้าเล็กลงมาหน่อย เราผลิตของเพื่อขายใน CMLV รวมถึงต้องสร้างแบรนด์หรือ</p>	<p>1. ควรเพิ่มการส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีลักษณะ Born global เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยดำเนินการลักษณะของ Demand-supply matching และ/หรือการพัฒนา Supply chain หรือ Supply chain matching โดยมีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ติดต่อประสานงานระหว่างองค์กรภาคธุรกิจต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทั้งนี้ อาจรวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อช่วยมองหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>สินค้าที่ผลิตภายในประเทศและสินค้านำเข้าเพื่อสร้างปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมและสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้า พร้อมทั้งมุ่งพัฒนาความรู้ความเข้าใจของผู้บริโภคในประเทศในการให้ความสำคัญกับการบริโภคสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น ขณะเดียวกัน ต้องมุ่งสนับสนุนให้ผู้ประกอบการยกระดับการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น เพื่อให้</p>	<p>ว่า เทรดมาร์ก ภาพลักษณ์หรืออิมเมจให้คนจดจำ เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรมส่งเสริมการค้าต่างประเทศ มีความพยายามในการผลักดันให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าคุณภาพ และสร้างแบรนด์เป็นของตนเอง ตลอดจนพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่รู้จัก ซึ่งจะทำขายสินค้าได้ง่ายขึ้น และยังสนับสนุนการทำการตลาดโดยผ่านเว็บ ThaiTrade.com จะเป็นเว็บไซต์ผู้ซื้อผู้ขายทางออนไลน์ที่กรมเป็นเจ้าของ - BOI ในปัจจุบันการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business matching) ระหว่างผู้ซื้อและ 	<p>2. ควรมีการขยายขอบเขตการดำเนินงานของหน่วยงาน Build development (BOI) ให้ครอบคลุมในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุกมิติเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>สามารถเข้าสู่ตลาดสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงมากขึ้น</p> <p>กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ: มีการจัดทำโครงการ SMEs Proactive ร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศให้การสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการ ซึ่งโครงการนี้เป็นโครงการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs Pro-active) มีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการขยายการส่งออกไปยังตลาด</p>	<p>ผู้ชาย ของหน่วยงาน Build development จะมีการดำเนินการในกลุ่มยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นหลัก</p>	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>ใหม่ที่มีศักยภาพ โดยให้การสนับสนุนภายใต้ 2 กิจกรรม คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ (Fair) ทั้งประเภทคณะนิติบุคคล และรายนิติบุคคล 2. การจัดคณะผู้แทนไปเจรจาธุรกิจในประเทศ (Trade mission) <p>- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI): มีหน่วยงาน Build development ที่จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business matching) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย</p>		

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>2.3 ด้านลักษณะการบริหารจัดการองค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> - แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดไว้ในหัวข้อ 3.2.2 การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม กำหนดไว้ว่า - ให้มีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมปรับกระบวนการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม - มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในภาคอุตสาหกรรมให้มีทักษะขั้นก้าวหน้าเพื่อต่อ 	<p>จากผลการวิจัยเชิงปริมณ พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กรที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตสูงขององค์กร ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> - ความคล่องตัวขององค์กรในการดำเนินการตามระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการ - การที่องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของกลุ่มแข่ง - ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร 	<p>1. ภาครัฐควรให้การอุดหนุนและจัดตั้งองค์กรมหาชน เพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาในการบริหารธุรกิจให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพ โดยคิดค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการตามขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบริการได้ เนื่องจากความรู้ความสามารถในเรื่องการบริหารจัดการองค์กรในด้านต่าง ๆ เป็นทักษะสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องมีเพื่อสร้างการเติบโตสูงให้กับองค์กร</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางการนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>ขอคณาองค์ความรู้เทคโนโลยีเดิมไปสู่การใช้และพัฒนาเทคโนโลยีขั้นสูง</p> <ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยใช้ระบบอัตโนมัติในกระบวนการผลิตมากขึ้น กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ: จัดทำโครงการ E-learning สำหรับผู้ประกอบการ 	<ul style="list-style-type: none"> - การมีระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ - มีแผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน - มีบุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน - มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต - มีการประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ - มีการถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ 	<p>2. ควรจัดให้มีมาตรการเคลื่อนย้ายเงินทุนในระดับสากล โดยลดอุปสรรคในด้านต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดเก็บภาษีซ้ำซ้อน 2. สนับสนุนให้มีการเคลื่อนย้ายเงินทุนเข้าออกเพื่อการประกอบการ

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
		<p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน มีการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงาน เพื่อเพิ่มอัตราค่าจ้าง - การให้ความรู้ผ่าน Mobile application เป็นองค์ความรู้ที่เขาสามารถไปเรียนรู้เอง โดยการใช้สื่อ - คนไทยต้องเป็นคนไทย 4.00 ต้องเป็นอินเตอร์ สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ <p>จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า</p> <p>ปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการด้านการเงิน ได้แก่</p>	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
		<ul style="list-style-type: none"> - การที่องค์กรมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน - การที่มีระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง <p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี โดย BOI ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ เช่น การใช้ R&D, การใช้ IP, การนำงานวิจัยมาต่อยอดเชิงพาณิชย์ เป็นต้น 	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>2.4 ด้านนวัตกรรมองค์กร ในยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม หัวข้อที่ 3 มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาสรุปได้พอสังเขปว่า</p> <p>1. จะเร่งดำเนินการในการส่งเสริมการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา และผลักดันสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์และเชิงสังคม โดยลงทุนวิจัยและพัฒนาในกลุ่มเทคโนโลยีที่นำสู่การพัฒนาแบบก้าวกระโดด และมีการลงทุนวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางสังคมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและ</p>	<p>จากผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า กลยุทธ์สำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการเติบโตสูงขององค์กร ได้แก่ กลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร ประกอบด้วย</p> <ul style="list-style-type: none"> - การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร - มีการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า - มีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร - มีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง 	<p>1. จะต้องทำการสร้างผู้ประกอบการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการผลิต ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการให้ดำเนิน โครงการวิจัยและพัฒนา มาใช้ในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจ</p> <p>2. อำนวยความสะดวกและให้คำปรึกษากับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตรให้สามารถดำเนินการขึ้นบัญชีนวัตกรรมไทยได้ง่ายขึ้น อาทิเช่น การให้บริการออนไลน์ เป็นต้น</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ตลอดจนเร่งรัดการถ่ายทอดผลงานวิจัยและพัฒนา และเทคโนโลยีสู่เกษตรกรรายย่อย วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผ่านกลไกเครือข่ายสถาบันการศึกษา สถาบันวิจัย และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยมีนักถ่ายทอดเทคโนโลยีมืออาชีพเข้ามาช่วยดำเนินการ</p> <p>2. พัฒนาตลาดเทคโนโลยีและนวัตกรรมไทย โดยใช้กลไกระบบบัญชีนวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์ไทยที่นำไปสู่การจัดซื้อจัดจ้างได้อย่างแท้จริง เพื่อเสริมสร้างโอกาส</p>	<p>- มีความสามารถในการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>- การมีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation) ด้านการบริการ (Service innovation) ด้านการกระบวนการ (Process innovation)</p> <p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า</p> <p>- ควรมีการส่งเสริมให้ SMEs กลุ่มที่มีศักยภาพใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมพัฒนาภาคการผลิต</p>	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>การพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศและทดแทนการนำเข้า</p> <p>3. เสริมสร้างระบบการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพ และมีฐานข้อมูลที่เข้าถึงได้ง่าย</p> <p>สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์กรมหาชน) หรือ NIA:</p> <p>มีการดำเนิน โครงการคูปองนวัตกรรมเพื่อยกระดับ และพัฒนาขีดความสามารถของ SMEs ไทย ไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ระยะที่ 2 (Innovation coupon) โดยหวังผลลัพธ์ของโครงการ ไว้ว่าจะก่อให้เกิดการลงทุนใหม่ของผู้ประกอบการ SMEs</p>	<ul style="list-style-type: none"> - มีการส่งเสริมให้เกิดการผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อไปสู่การไปเจาะตลาดใหม่ไปสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ - พบว่า หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตสูงขององค์กร คือ การมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตรขององค์กร - ควรมีการลดต้นทุนในการสร้างทรัพย์สินทางปัญญา และกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญา ให้คนมีไอเดียใหม่ ๆ พยายามสร้างสินค้าและบริการขึ้นมา และไปจดทรัพย์สินทางปัญญาตลอดจนการนำเอาทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ให้มากขึ้น 	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุกมิติเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>ไม่น้อยกว่า 500 ล้านบาท และก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการลงทุนด้านนวัตกรรมไม่ต่ำกว่า 2,500 ล้านบาท โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ทั่วประเทศ (2.7 ล้านราย) โดยอาศัยเครือข่ายพันธมิตรสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.):</p> <p>กำหนดให้มีการขึ้นทะเบียนบัญชีนวัตกรรมไทย เพื่อให้ภาครัฐสามารถจัดซื้อจัดจ้างจากผู้ขายหรือผู้ให้บริการที่มีรายชื่อตามบัญชีนวัตกรรมไทย โดยวิธีกรณีพิเศษ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ให้มีการขึ้นทะเบียนผู้ประกอบการ เพื่อให้ข้อมูลที่ชัดเจนและถูกต้องจะได้ให้การช่วยเหลือได้ตรงตามความต้องการ - จัดทำบัญชีนวัตกรรม - ศึกษาและจัดทำคู่มือในการประเมินราคาทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันทั้งผู้ขอใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในการกู้เงินและธนาคารผู้ให้กู้ 	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
3. ระดับกลาง	<p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดไว้ในหัวข้อ 3.2.2 การพัฒนาภาคอุตสาหกรรมมีการกำหนดให้มีสร้างระบบกลไกและเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการเชื่อมโยงความร่วมมือของภาคธุรกิจในลักษณะคลัสเตอร์ ตลอดห่วงโซ่มูลค่าตั้งแต่ภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดมาตรการจูงใจสถานประกอบการให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ พัฒนาบุคลากร/แรงงาน และทำการวิจัยและพัฒนาาร่วมกันโดยสนับสนุน ให้สถาบันการศึกษา/ 	<p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - สสว. มีการอุดหนุนการทำงานของพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจหรือคลัสเตอร์ โดยให้การอุดหนุนหน่วยงานให้ไปทำงานกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมซึ่งเน้นภาคการผลิต สภาอุตสาหกรรมก็เน้นภาคการผลิต ส่วนหอการค้าอาจจะมิตั้งเรื่องการค้าบริการด้วย - กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมมองว่าการดำเนินการในรูปแบบการสร้างเครือข่ายในจุดเริ่มต้นน่าจะเหมาะสมที่สุด ไม่ต้องมีสเปซ ข้อดีคือการทำเช่นเชื่อมกันได้เพื่อใช้ร่วมกันได้แต่ข้อเสียคือว่าลิ่งเรียนรู้คนละ 	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการแต่ละคลัสเตอร์ในสถาบันการศึกษา

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>สถาบันวิจัยและพัฒนาามีบทบาทเป็นกลไกหลักในการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างธุรกิจหรือสถานประกอบการต่าง ๆ ที่รวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์</p> <p>- สร้างกลไกและระบบมาตรฐานที่มีการตรวจสอบย้อนกลับที่มีประสิทธิภาพเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดการวัตถุดิบต้นน้ำภาคเกษตรจนถึงบริการขนส่งและกระจายสินค้าปลายน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นอุปสงค์หรือความต้องการของตลาดเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันการสร้างมูลค่าเพิ่มตลอดห่วงโซ่การผลิต</p>	<p>องค์ความรู้ ปรับให้มีการสร้างปฏิสัมพันธ์กันในรูปแบบเครือข่ายไปก่อนแล้วค่อยยกระดับบางคลัสเตอร์ประสบความสำเร็จเกิดจากใช้การตลาดมาเป็นตัวนำ เพราะประเทศไทยมีปัญหาคอขวดของ SMEs คือ ตลาด</p> <p>- มีโครงการที่มุ่งเน้นของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ</p>	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดไว้ในหัวข้อ 3.2.4 การพัฒนาการค้าและการลงทุน มีการกำหนดการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับกลาง โดยระบุเกี่ยวกับการส่งเสริมคลัสเตอร์ ซึ่งสรุปได้พอสังเขป คือ</p> <p>จะมีดำเนินการส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในลักษณะห่วงโซ่มูลค่าและการเชื่อมโยงกับธุรกิจขนาดใหญ่ รวมทั้ง</p>		

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>การสร้างโอกาสในการดำเนินธุรกิจในประเทศ โดย</p> <ol style="list-style-type: none"> จะมีการกำหนดนโยบาย/ มาตรการเพื่อจูงใจให้บริษัทขนาดใหญ่ที่มีการค้าและการลงทุนในต่างประเทศเป็นผู้สนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเข้าสู่ตลาดต่างประเทศและห่วงโซ่การผลิตของโลก ส่งเสริมบทบาทของภาคเอกชนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 		

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
4. ระดับมหภาค	<p>แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดไว้ในหัวข้อ 3.2.2 การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม มีการกำหนดการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับมหภาค โดยกำหนดกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายไว้ 2 กลุ่ม ซึ่งหนึ่งในนั้น คือ กลุ่มอุตสาหกรรมที่ปัจจุบันประเทศไทยมีพื้นฐานที่เข้มแข็งที่จะต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้ามากขึ้น โดยการพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์บน</p>	<p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีการส่งเสริมให้มีการใช้ MRP เข้ามาบริหารธุรกิจ - มีการส่งเสริมให้เกิดน้กออกแบบโปรแกรมเมอร์ ถ้าเราจะเป็นเรื่องของ 4.0 ให้ได้ จะต้องมีการบูรณาการกัน และใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยให้ได้มากที่สุด - แนวทางของรัฐบาลในการทำนวัตกรรมจะต้องเริ่มจากผู้ประกอบการ การทำธุรกิจรัฐบาลไม่สามารถไปบังคับให้ทำหรือไม่ทำธุรกิจได้ โดยพื้นฐานผู้ประกอบการคนที่มีหัวการค้าหรือคนที่อยากจะเติบโตในเชิง 	<ol style="list-style-type: none"> 1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกันในการสื่อสารข้อมูล และทำความเข้าใจ ตลอดจนร่วมกำหนดหลักสูตรกับทางสถาบันการศึกษา ตั้งแต่มัธยมศึกษาปีที่ 1 เป็นต้นไป เพื่อให้เกิดการเตรียมความพร้อมและตัดสินใจเลือกสาขาวิชาในการศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม 2. BOI ควรขยายการให้สิทธิประโยชน์และส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศที่มีการใช้วัตถุดิบในการผลิตจาก

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
4. ระดับมหภาค	<p>พื้นฐานของการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และมีแนวทางพัฒนา คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> ยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมที่เป็นฐานรายได้สำคัญของประเทศในปัจจุบันให้มีการใช้เทคโนโลยีขั้นก้าวหน้าเพื่อผลิตสินค้าที่รองรับความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภค โดย <ul style="list-style-type: none"> - เน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าให้สูงขึ้นโดยใช้การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์และพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย - ส่งเสริมการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดระหว่างสถาบันการศึกษาและภาค 	<p>การงานหรือฐานทางการเงินก็จะมองว่าการทำธุรกิจน่าจะมีโอกาสในการที่เขาเติบโตเรื่องที่จะทำให้เขาสนใจหรือว่าหันมาทำนวัตกรรมจะเป็นเรื่องของการสร้างความตระหนักความสนใจก่อนไม่สามารถบังคับได้ แต่สร้างความตระหนักได้</p> <ul style="list-style-type: none"> - ปรับการให้บริการของภาครัฐให้เป็นโนวเลสตูออฟฟิศ ซึ่งจะช่วยให้เข้าถึงง่ายและลดต้นทุนได้ด้วย 	<p>ชุมชนหรือร่วมลงทุนกับชุมชนที่มีการไปลงทุนในต่างประเทศ</p>

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>อุตสาหกรรมทั้งด้านการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมและเตรียมความพร้อมของบุคลากรที่จะเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม โดยผ่านระบบการศึกษาทวิภาคีและสหกิจศึกษา หรือระบบอื่นที่เหมาะสม</p> <p>- ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาในสาขาเทคโนโลยีขั้นก้าวหน้าที่เหมาะสมกับแต่ละอุตสาหกรรมและสามารถต่อยอดเทคโนโลยีของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในปัจจุบัน</p> <p>2. สนับสนุนการกระจายการลงทุนไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศและในภูมิภาคอาเซียน เพื่อสร้างฐานการเชื่อมโยงห่วงโซ่</p>		

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	มูลค่าที่เข้มแข็งของอุตสาหกรรม ตลอดจนขยายโอกาสของผู้ประกอบการ		
	แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12: ในยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดไว้ในหัวข้อ 3.2.4 การพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน ในข้อที่ 7 ปรับปรุงและแก้ไขกฎหมายรวมถึงกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับมหภาคโดยสรุปพอสังเขปได้ คือ ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมการค้าที่เป็นธรรมและอำนวยความสะดวกการค้าการลงทุน		

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	ตลอดจนการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจัดให้มีกฎหมายด้านธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์และการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการและผู้บริโภคในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มากขึ้น เป็นต้น		
	ในยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาไว้ ดังนี้	จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า - การผลักดันนโยบายไปสู่ปฏิบัติ หน่วยงานต้องทำงานเชื่อมกันให้มากขึ้น ต้องบูรณาการซึ่งกันและกัน ให้มีทิศทาง ร่วมกัน และเชื่อมต่อกัน	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุกมิติเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. ปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงาน บทบาทภารกิจ และคุณภาพบุคลากรภาครัฐ ให้มีความโปร่งใส ทันสมัย คล่องตัว มีขนาดที่เหมาะสม เกิดความคุ้มค่า 2. ปรับปรุงกระบวนการงบประมาณ และสร้างกลไกในการติดตามตรวจสอบการเงินการคลัง 3. เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการให้บริการสาธารณะให้ได้มาตรฐานสากล 4. เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 5. ป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ 	<ul style="list-style-type: none"> - มีการเปิดศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ วันสต็อปเซอร์วิส - มีการจัดตั้งศูนย์ Rescue SMEs - ต้องปรับปรุงในเรื่องของการเข้าถึงบริการภาครัฐให้กลุ่มคนที่หลากหลายมากขึ้น สามารถเข้าถึงได้ และการเสนอบริการภาครัฐในรูปแบบเชิงรุกมากขึ้น โดยพยายามเปิดการให้บริการทางออนไลน์ เพราะออฟไลน์อาจจะไม่ค่อยสะดวกมีหลายข้อจำกัดและพยายามให้บริการมันเชื่อมต่อกัน 	

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	6. ปฏิรูปกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมให้มีความทันสมัย เป็นธรรม และสอดคล้องกับข้อบังคับสากลหรือข้อตกลงระหว่างประเทศ		
	ในยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาคเมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ เป็นยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ได้รับสิทธิประโยชน์เพิ่ม ซึ่งเป็นการเพิ่มแรงจูงใจในการประกอบการ ยกตัวอย่างเช่น โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern economic corridor development)		ควรดำเนินการจัดการเรียนการสอนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ตั้งแต่ระดับปฐมวัย ให้สอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนา

ตารางที่ 5-1 (ต่อ)

ระดับ	ผลการทบทวนข้อมูลทุติยภูมิเกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงในปัจจุบัน	สรุปผลการวิจัย	ข้อเสนอแนะแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง (เพิ่มเติม)
	<p>กรมสรรพากร:</p> <p>กำหนดมาตรการภาษีเพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี โดยมีมาตรการยกเว้นภาษีเงินได้สำหรับรายจ่ายเพื่อการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม (300%)</p>	<p>จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า</p> <ul style="list-style-type: none"> - กำหนดให้สามารถนำผลการพัฒนาบุคลากรมาใช้ลดหย่อนภาษี 	<p>มาตรการทางภาษีเพิ่มเติม:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ควรมีการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ร่วมลงทุนกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ - จัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนของคนในท้องถิ่น

สรุปข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง

จากผลการวิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงเพิ่มเติมจากนโยบายที่มีการดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน ได้ดังนี้

1. ระดับผู้ประกอบการ

การดำเนินนโยบายในระดับผู้ประกอบการนี้เป็นสิ่งสำคัญและมีความจำเป็น เนื่องจากการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้ ผู้วิจัยขอเสนอข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง ดังนี้

1.1 ในการสร้างผู้ประกอบการใหม่นั้น แบ่งออกได้เป็น 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1: การสร้างผู้ประกอบการจากประชากรภายในประเทศ โดยการปลูกฝังให้มีจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการตั้งแต่วัยเด็ก โดยอาจมีการกำหนดไว้ในหลักสูตรการศึกษา ตั้งแต่ระดับอนุบาลหรือประถมศึกษา เปิดโอกาสให้เป็นผู้ประกอบการ ยกตัวอย่างเช่น หนึ่งระดับชั้น หนึ่งธุรกิจ โดยใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่น เป็นต้น และต่อยอดเชิงลึกขึ้นมาเป็นลำดับในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น

กรณีที่ 2: การส่งเสริมผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาก่อนจากต่างประเทศ โดยให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อดึงดูดการเข้ามาลงทุน อาทิเช่น การให้สัญชาติไทยกับผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมาก่อนจากต่างประเทศและมีเงินลงทุนที่จะมาลงทุนในประเทศไทย ตลอดจนอำนวยความสะดวกในการจัดทำวีซ่า เป็นต้น

1.2 ภาครัฐจะต้องดำเนินการในเชิงรุกให้มากขึ้น และจัดหาพันธมิตรเพิ่มเติม เช่น สถาบันการจัดการฝึกอบรม และ/หรือที่ปรึกษาที่เป็นผู้มีประสบการณ์มาก่อน การศึกษา หรือสถาบันการศึกษาที่มีบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ และ/หรือผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นต้น

1.3 เร่งประชาสัมพันธ์ให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทราบถึงการดำเนินการของหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ

1.4 สร้างสภาพแวดล้อมและสาธารณูปโภคส่วนกลางที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ

1.5 จัดให้มีการบริการฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งข้อมูลการวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ได้ง่ายขึ้น

1.6 ในการจะสร้างให้ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการจัดการด้านต่าง ๆ ในองค์กรนั้น ภาครัฐควรให้การอุดหนุนภาคเอกชนหรือองค์กรมหาชนให้เป็นผู้ดำเนินการจัดทำแพลตฟอร์มสารสนเทศในด้านต่าง ๆ ตามขนาดขององค์กรที่มาใช้บริการ และให้มีการเรียกเก็บค่าบริการตามขนาดขององค์กรที่มาใช้บริการ

1.7 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีศักยภาพควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเติบโตเป็นลำดับขั้น ทั้งนี้ ภาครัฐควรจัดให้มีระบบการประเมินผล และส่งต่อค่าบริการ เพื่อให้การส่งเสริมและพัฒนาเป็นไปอย่างต่อเนื่องต่อไป

1.8 ภาครัฐควรจัดทำฐานข้อมูลกลางในเรื่องการบริการ SMEs ด้านต่าง ๆ ที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ควรทราบ โดยฐานข้อมูลนี้ต้องสามารถเข้าถึงได้ง่าย เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

1.9 จัดทำฐานข้อมูลกลางวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ขึ้นทะเบียน เพื่อให้สามารถจัดการส่งเสริมและพัฒนาได้อย่างเหมาะสม

1.10 ในการดำเนินการของศูนย์บ่มเพาะธุรกิจนั้น การดำเนินการโดยภาครัฐฝ่ายเดียวอาจไม่เพียงพอและยากต่อการเข้าถึง ดังนั้น ภาครัฐควรเพิ่มการอุดหนุนและส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะธุรกิจภาคเอกชน โดยอาจดำเนินการในลักษณะการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน ให้ภาคเอกชนดูแลในเรื่องการดำเนินธุรกิจและคัดเลือกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีศักยภาพเข้าสู่โครงการและดูแลให้คำปรึกษาตลอดโครงการ ส่วนภาครัฐดูแลในเรื่องการติดต่อประสานงานภาครัฐ และส่งเสริมให้องค์กรขนาดใหญ่เป็นพี่เลี้ยงให้กับ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และส่งเสริมให้เข้าร่วมลงทุนกับวิสาหกิจในโครงการบ่มเพาะได้ด้วย รวมถึงจะต้องทำการสร้างผู้ประกอบการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการผลิต ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการให้ดำเนินโครงการวิจัยและพัฒนามาใช้ในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจ

2. ระดับองค์กร

2.1 ด้านกลยุทธ์องค์กร

ภาครัฐควรจัดให้มีการสัมมนาชี้แจงแนวทางในการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐตามกรอบระยะเวลาให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทุกภูมิภาคทราบ เพื่อให้เกิดความชัดเจน และทำให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรให้มีความสอดคล้องกับการส่งเสริมและสนับสนุนดังกล่าว

2.2 ด้านการตลาดและการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

2.2.1 ควรเพิ่มการส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีลักษณะ Born global เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ โดยดำเนินการลักษณะของ Demand-supply matching และ/หรือ การพัฒนา Supply chain หรือ Supply chain matching โดยมีหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้ติดต่อประสานงานระหว่างองค์กรภาคธุรกิจต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทั้งนี้ อาจรวมถึงการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาเพื่อช่วยมองหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

2.2.2 ควรมีการขยายขอบเขตการดำเนินงานของ หน่วยงาน Build Development Unit (BOI) ให้ครอบคลุมในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม

2.3 ด้านลักษณะการบริหารจัดการองค์กร

2.3.1 ภาครัฐควรให้การอุดหนุนและจัดตั้งองค์กรมหาชน เพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาในการบริหารธุรกิจให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพ โดยคิดค่าธรรมเนียมหรือค่าบริการตามขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงบริการได้ เนื่องจากความรู้ความสามารถในเรื่องการบริหารจัดการองค์กรในด้านต่าง ๆ เป็นทักษะสำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องมีเพื่อสร้างการเติบโตสูงให้กับองค์กร

2.3.2 ควรจัดให้มีมาตรการเคลื่อนย้ายเงินทุนในระดับสากล โดยลดอุปสรรคในด้านต่อไปนี้

2.3.2.1 การจัดเก็บภาษีซ้ำซ้อน

2.3.2.2 สนับสนุนให้มีการเคลื่อนย้ายเงินทุนเข้าออกเพื่อการประกอบการ

2.4 ด้านนวัตกรรมองค์กร

2.4.1 จะต้องทำการสร้างผู้ประกอบการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการประกอบการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการผลิต ควรให้การสนับสนุนผู้ประกอบการให้ดำเนินโครงการวิจัยและพัฒนาใช้ในการพัฒนาและต่อยอดธุรกิจ

2.4.2 อำนวยความสะดวกและให้คำปรึกษากับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตรให้สามารถดำเนินการขึ้นบัญชีนวัตกรรมไทยได้ง่ายขึ้น อาทิเช่น การให้บริการออนไลน์ เป็นต้น

3. ระดับกลาง

3.1 ส่งเสริมให้มีการจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการแต่ละคลัสเตอร์ในสถาบันการศึกษา

4. ระดับมหภาค

4.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกันในการสื่อสารข้อมูล และทำความเข้าใจ ตลอดจนร่วมกำหนดหลักสูตรกับทางสถาบันการศึกษา ตั้งแต่มัธยมศึกษา

ปีที่ 1 เป็นต้นไป เพื่อให้เกิดการเตรียมความพร้อมและตัดสินใจเลือกสาขาวิชาในการศึกษาต่อในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาให้ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรม

4.2 BOI ควรขยายการให้สิทธิประโยชน์และส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศที่มีการใช้วัตถุดิบในการผลิตจากชุมชนหรือร่วมลงทุนกับชุมชน ที่มีการไปลงทุนในต่างประเทศ

4.3 ควรดำเนินการจัดการเรียนการสอนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ตั้งแต่ระดับปฐมวัย ให้สอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนา

4.4 ควรมีการกำหนดมาตรการทางภาษีเพิ่มเติม ดังนี้

4.4.1 ควรมีการลดภาษีเงินได้นิติบุคคลที่ร่วมลงทุนกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่

4.4.2 ดำเนินการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนของคนในท้องถิ่น เพื่อสร้างฐานรากของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตั้งแต่ต้นน้ำ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคอื่น ๆ อาทิเช่น ภาคการค้าและการบริการ เป็นต้น เพื่อเปรียบเทียบผลกับการศึกษาภาคการผลิตในครั้งนี้ ว่าเป็นไปในแนวทางเดียวกันหรือไม่ เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศต่อไป

2. ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการผลิตในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายหลักตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาที่เหมาะสมและตรงประเด็นต่อไป

3. ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อค้นหาว่า ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยที่มีคุณลักษณะตรงกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูงนั้นอยู่ในส่วนใดมากที่สุด และมีปัจจัยใดบ้างส่งผลต่อการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเหล่านั้น เพื่อนำไปสู่แนวทางในการกำหนดแนวทางนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาที่เหมาะสมต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. (2552). *อุตสาหกรรมรถยนต์และส่วนประกอบ อุตสาหกรรม
เม็ดพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกอุตสาหกรรมยางรถยนต์และถุงมือยาง.*
เข้าถึงได้จาก www.thaifita.com/trade/study/au_vol3บทที่1.doc
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2546). *Cluster ความหมาย แนวคิดและการพัฒนา.* เข้าถึงได้จาก
<http://library.dip.go.th/multim6/ebook/2552/I กสอ18 ค47.pdf>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (ม.ป.ป.). *โครงการพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงอุตสาหกรรม
(Clusters).* เข้าถึงได้จาก [http://info.dip.go.th/โครงการ/โครงการหลักกสอ/
Cluster/tabid/137/Default.aspx](http://info.dip.go.th/โครงการ/โครงการหลักกสอ/Cluster/tabid/137/Default.aspx)
- กรมสรรพากร. (ม.ป.ป.). *วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises =
SMEs).* เข้าถึงได้จาก <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>
- กรมสรรพากร. (ม.ป.ป.). *เกี่ยวกับธุรกิจ SMEs.* เข้าถึงได้จาก <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2555). *แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574.*
เข้าถึงได้จาก [http://www.oie.go.th/sites/default/files/ attachments/industry_
plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf](http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/industry_plan/National_Industrial_Development_Master_Plan.pdf)
- จตุพร สังขวรรณ. (2557). *ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคอร์ชั่น.
- จารูวรรณ สุขุมาลพงษ์. (2556). *แนวโน้มของคอร์รัปชันในประเทศไทย (The trend of corruption in
thailand).* เข้าถึงได้จาก [www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/.../ article_
20131025135448.pdf](http://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/.../ article_20131025135448.pdf)
- จินตนา รัตนสินธุ์. (2549). *การพัฒนาคุณภาพบริการพยาบาลตามการรับรู้ของหัวหน้าหอผู้ป่วย
โรงพยาบาลที่คัดสรรแห่งหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตร
มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารการพยาบาล, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.*
- จูไรรัตน์ จลจักรวัฒน์. (ม.ป.ป.). *นโยบายสาธารณะ.* เข้าถึงได้จาก [http://www.lms.cmru.ac.th/
e_book/data/1/unit1.pdf](http://www.lms.cmru.ac.th/e_book/data/1/unit1.pdf). เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชา PA 2101 (นโยบาย
สาธารณะ)
- ชญานันท์ เกิดพิทักษ์, มนตรี พิริยะกุล, ศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์หิรัญ และเผ่าศักดิ์ ศิริสุข. (2552). *การเพิ่ม
ความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้วยกลยุทธ์โลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน.*
เข้าถึงได้จาก <http://bal.buu.ac.th/vcm12009/paper/P018.pdf>

- ไทยโพสต์. (2556). *BOI ไฟเขียว 2 มาตรการ ช่วยอุดหนุน SME*. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaipost.net/news/221013/81029>
- ชนวัฒน์ พิมลจินดา. (2554). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาทฤษฎีรัฐประศาสนศาสตร์ (Public administration theory)*. เข้าถึงได้จาก <http://www.gspa-buu.net/web2553/images/stories/Course/thanawat/theory-tw3.pdf>
- ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค. (2552). *First mover: สร้างสรรค์ความได้เปรียบจากความรวดเร็ว*. เข้าถึงได้จาก <http://www.mbachula.info/annoucee52-06/ty0601.pdf>
- ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค. (ม.ป.ป.). *Entrepreneurship: ภาวะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย*. เข้าถึงได้จาก mba2.acc.chula.ac.th/joey/download/entrepreneurship.pdf
- ปรเมศวร์ กุมารบุญ. (2550). *Joseph Schumpeter-บิดาแห่งกลยุทธ์ธุรกิจนวัตกรรม*. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/Cyberbiz/ViewNews.aspx?NewsID=9500000054860>
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). (2559, 30 ธันวาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 133 ตอนที่ 115ก. เข้าถึงได้จาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2559/A/115/1.PDF>
- พงษ์สรรค์ ลีลาหังส์จุกา และลักคณา วรศิลป์ชัย. (2555). *กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของผู้ประกอบการ SMEs*. เข้าถึงได้จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/oct_dec_12/pdf/aw013.pdf
- พิมลวรรณ เกตพันธ์, ชำรงค์ เมฆโหรา และปัญญา หมั่นเก็บ. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการส่งออกกระเจี๊ยบเขียวของไทยในตลาดโลก. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*, 30(3), 1-12. เข้าถึงได้จาก http://161.246.67.22/agri_officer/userfiles/files/55-94W.pdf
- ฟิลิป คอตเลอร์. (2559). *ฝ่ากลยุทธ์เหนือตลาดโลก = Winning global market* (รัชชา เรืองศรี, แปล). กรุงเทพฯ: โพสต์.
- มนัสศิริ เผือกสกนธ์. (2546). *คิดใหม่การตลาดเอเชีย*. กรุงเทพฯ: เพียร์สันเอด์คูเคชั่น อินโดไชน่า.
- วันเพ็ญ หรุจิตตวิวัฒน์. (2553). *SMEs ขอบรับการส่งเสริมได้*. เข้าถึงได้จาก http://www.boi.go.th/thai/download/publication_economy_extra/272/SMEsขอบรับการส่งเสริมฯได้3พ.ค.53.pdf
- วิทยากร เชียงกุล. (2549). *แนวทางปราบคอร์รัปชันอย่างได้ผล: เปรียบเทียบไทยกับประเทศอื่น*. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- ศิริวรรณ มนอัคระผดุง. (2555). สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศของประเทศไทย. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 2(1), 1-9.

ศุภชัย ยาวะประภาส. (2554). *นโยบายสาธารณะ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุง เฮลซิงกิ. (ม.ป.ป.). *กฎระเบียบที่ควรรู้ก่อนเริ่มประกอบธุรกิจ*.

เข้าถึงได้จาก <http://www.thaiembassy.org/helsinki/th/thai-people/5896>

สมบัติ ชำรงชัยวงศ์. (2556). *นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ*
(พิมพ์ครั้งที่ 26). กรุงเทพฯ: เสมอธรรม.

สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ และอนูรัตน์ อนันนชาธร. (2555). *นโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: เวิลด์เทรด
ประเทศไทย.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2553). *นโยบาย
และแผนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติฉบับที่ 1* (พ.ศ. 2555-2564).

เข้าถึงได้จาก http://www.sti.or.th/th/images/stories/files/STPLAN_FINAL.pdf

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11* พ.ศ. 2555-2559. เข้าถึงได้จาก

<http://www.nesdb.go.th/Portals/0/news/plan/p11/plan11>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2545). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมของประเทศไทย ฉบับที่ 1* (พ.ศ. 2545-2549). เข้าถึงได้จาก

<http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb%20bf2e%20D464e%20D97e5%20D440321040570&ID=58>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2550). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อมฉบับที่ 2* (พ.ศ. 2550-2554). เข้าถึงได้จาก [http://www.sme.go.th/Lists/](http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb%20bf2e%20D464e%20D97e5%20D440321040570&ID=59)

[EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb%20bf2e%20D464e%20D97e5%20D440321040570&ID=59](http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb%20bf2e%20D464e%20D97e5%20D440321040570&ID=59)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจรายย่อย
(Micro enterprises) ปี 2553*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555 ก). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3* (พ.ศ. 2555-2559) บทสรุปผู้บริหาร. เข้าถึงได้จาก

<http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/แผนการส่งเสริมSMEs/03/แผนแม่บทฉบับที่3.pdf>

- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555 ข). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2554 และปี 2555. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=1865>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555 ค). *SMEs Internationalization* สรุปหัวใจหลัก การส่งเสริม SMEs ไทยก้าวสู่สากล. กรุงเทพฯ: ฟาสออฟเซ็ทไทยแลนด์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557 ก). รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final report) โครงการศึกษาแนวทางการส่งเสริมธุรกิจ SMEs ที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย (SME High growth sectors). เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/mnu-all-download/198-ftaap-smehighgrowthsector>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557 ข). การส่งเสริม High growth SME ในได้หวั่น. เข้าถึงได้จาก [http://www.sme.go.th/th/images/data/IA/download/การส่งเสริม High Growth SME ในได้หวั่น.pdf](http://www.sme.go.th/th/images/data/IA/download/การส่งเสริม%20High%20Growth%20SME%20ใน%20ได้หวั่น.pdf)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2557 ค). บทสรุปผู้บริหารรายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปี 2557. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/th/images/data/SR/download/2014/07july/บทสรุปผู้บริหาร%20White%20Paper%20ปี%202557.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2558). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปี 2558. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2558>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปี 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alert/alert/report-smes-year/report-year/report-year-2559>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564). เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/th/images/data/it/download/2016/แผนปฏิบัติการสสว/SME%204.0%20Final.pdf>
- เอเอสทีวี ผู้จัดการออนไลน์. (2557). “ประยุทธ์” ถกบอร์ด SME วาง 4 ยุทธศาสตร์ ดันไทยเป็นศูนย์กลางซื้อสินค้าในอาเซียน. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/politics/viewnews.aspx?NewsID=9570000099129>

- AbHalim, N., Abdullah, N., & Mohd Zain, S. N. (2011). The internationalization theory and Malaysian Small Medium Enterprises (SMEs). *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 2(4), 318-322.
- Akin, F. (2012). The growth of small businesses: Towards a research agenda. *American Journal of Economics and Business Administration*, 4(1), 105-115.
- Almus, M. (2002). What characterizes a fast-growing firm?. *Applied Economics*, 34(12), 1497-1508.
- Almus, M., & Nerlinger, E. A. (1999). Growth of new technology-based firms: Which factors matter?. *Small Business Economics*, 13(2), 141-154.
- Amat, O., Renart, M. A., & Garcia, M. J. (2013). *Factors that determine the evolution of high-growth businesses*. Retrieved from <http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/14000/1/Oriol%20Amat.pdf>
- Andersen, E. S., Dahl, M. S., ÅkeLundvall, B., & Reichstein, T. (2006). Schumpeter's process of creative destruction and the Scandinavian systems: A tale of two effects. In *Paper for the DRUID conference, 18-20 June 2006 (Version: 26/02/2006 21:12)*. n.p.
- Anderson, J. E. (1975). *Public policy-making*. New York: Praeger.
- Audretsch, D., & Thurik, R. (2004). A model of the entrepreneurial economy. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2(2), 143-166.
- Autio, E. (2005). *GEM 2005 Report on high-expectation entrepreneurship*. London: Global Entrepreneurship Monitor.
- Autio, E. (2007). *Global report on high-growth entrepreneurship*. London: London Business School.
- Autio, E., Kronlund, M., & Kovalainen, A. (2007). *High-growth SME support initiatives in nine countries: Analysis, categorisation, and recommendations*. Helsinki: Finnish Ministry of Trade and Industry.
- Barber, J., Metcalfe, J. S., & Porteous, M. (1989). *Barriers to growth in small firms*. London: Routledge.
- Barney J. B. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck and business strategy. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.

- Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Baumane, I. (2013). Theoretical framework for using resource based view in the analysis of sme innovations. *European Scientific Journal*, 1, 1857-7881.
- Berney, R. (1994). *Small enterprise supports: The missing ingredients*. Dublin: Trinity College.
- Birch, D. L. (1981). Who creates jobs?. *The Public Interest*, 65, 3-14.
- Birch, D. L. (1987). *Job creation in America: How our smallest companies put the most people to work*. New York: Free.
- Birch, D., Haggerty, A., & Parsons, W. (1997). *Who's creating jobs?*. Cambridge, MA: Cognetics.
- Bos, J. W. B., & Stam, E. (2011). Industry growth and structural change. In *Paper presented at the DIME final conference, April 2011, Maastricht* (pp. 6-8). n.p.
- Boström, P. S. (2008). *Impact from the resource-based approach on strategy and control; A new framework for empirical research based on the European excellence model*. Retrieved from <http://www.ep.liu.se/ecp/033/034/ecp0803334.pdf>
- Brinkley, I. (2008). *Knowledge economy and enterprise*. London: The Work Foundation.
- Buchanan J. M. (n.d.). *Public choice and public policy*. Retrieved from <http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/17815/1/ar730131.pdf>
- Burns, P., & Myers, A. (1994). *Growth in the 1990's: Winners and losers*. Cranfield: Cranfield European Enterprise Centre.
- Cohen, W., & Levinthal, D. (1989). Innovation and learning: The two faces of R&D. *Economic Journal*, 99(3), 569-596.
- Cohen, W. M., & Klepper, S. (1992). The trade-off between firm size and diversity in the pursuit of technological progress. *Small Business Economics*, 4(1), 1-14.
- Croitoru, A. (2012). The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 3(2). Retrieved from <http://compaso.eu>
- Cronbach, L. J. (1972). *Essentials of psychological testing* (5th ed.). New York: Harper Collions.
- Cunningham, P. N. (2008). *Policies in support of high-growth SMEs*. Retrieved from <https://www.escholar.manchester.ac.uk/item/?pid=uk-ac-man-scw:61559>

- Dan, H., & Anthony, D. W. (2013). *Driving Canadian growth and innovation*. Retrieved from <http://deepcentre.com/wordpress/wp-content/uploads/2013/03/DEEP-Centre-May-2013-Driving-Canadian-Growth-and-Innovation.pdf>
- Daszkiewicz, N., & Wach, K. (2012). *Internationalization of SMEs*. Poland: Gdańsk University of Technology.
- David, B. A. (2012). Determinants of high-growth entrepreneurship. In *Copenhagen report prepared for the OECD/DBA international workshop on-high-growth firms: Local policies and local determinants Copenhagen, 28 March 2012*. n.p.
- Davila, A., Foster, G., & Jia, N. (2010). Building sustainable high growth startup companies: Management systems as accelerators. *California Management Review*, 52, 79-105.
- Degenhardt, S. S., Stamm, A., & Zehdnicker, M. (2002). *The growth gap: A small enterprise phenomenon*. Retrieved from http://www.die-gdi.de/uploads/media/Growth_Gap-A_small_enterprise_phenomenon.pdf
- De Wit, B., & Meyer, R. (2010). *Strategy, process, content, context. An international perspective* (4th ed., pp. 8-10). Andover: Cengage Learning.
- Dye, T. R. (1978). *Understanding public policy*. Engle-wood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Easton, D. (1971). *The political system: An inquiry in to the state of political science* (2nd ed.). New York: Knopf.
- EIM. (2006). *Entrepreneurship in the Netherlands: High-growth enterprises; running fast but still keeping control*. Netherlands: EIM.
- European Commission. (2011). Policies in support of high-growth innovative SMEs. In *An INNO-grips policy brief by empirica communication and technology research*. Retrieved from <http://www.proinno-europe.eu/innogrips2>
- European Commission Enterprise and Industry. (2011). *Cyclicalities of SME finance*. Brussels: DG Enterprise and Industry of the European Commission.
- Feeser, H. R., & Watson, D. K. (1989). Entrepreneurial motivation: A comparison of high and low growth high-tech founders. In *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 13-17). Wellesley, MA: Babson College.

- Gibcus, P. (2006). High growth and quality entrepreneurship in the Netherlands. In *EIM business & policy research, entrepreneurship in the Netherlands, high growth enterprises; running fast but still keeping control, Zoetermeer* (1-81). n.p.
- Gibcus, P., Jong-'t, P. D., & Kemp, H. R. (2006). Determinants of growth of start-ups in the Netherlands. In *EIM business and policy research, the Netherlands, Zoetermeer* (1-42). n.p.
- Gilkey, C. (2013). *The small business life cycle*. n.p.
- Goedhuys, M., & Sleuwaegen, L. (2010). High-growth entrepreneurial firms in Africa: A quantile regression approach. *Small Business Economics*, 34, 31-51. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1007/s11187-009-9193-7>
- Gupta, P. D., Guha, S., & Subramanian, S. (2013). Firm growth and its determinants. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2, 15. Retrieved from <http://www.innovation-entrepreneurship.com/content/2/1/15>
- Hanks, S. H., Watson, C. J., Jansen, E., & Chandler, G. N. (1993). Tightening the life-cycle construct: A taxonomic study of growth stage configurations in high-technology organizations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(2), 5-29.
- Hay, M., & Kamshad, K. (1994). Small firm growth: Intentions, implementation, and impediments. *Business Strategy Review*, 5(3), 49-68.
- Heiens, R. A., Pleshko, L. P., & Leach, R. T. (2004). Examining the effects of strategic marketing initiative and first-mover efforts on market share performance. *Marketing Management Journal*, 14(1), 63-70.
- Heimonen, T. (2012). What are the factors that affect innovation in growing SMEs?. *European Journal of Innovation Management*, 15(1), 122-144.
- INNO-Grips. (2011). *Policies in support of high-growth innovative SMEs*. Brussel: Pro Inno Europe.
- Janczak, S., & Bares, F. (2010). *High growth SMEs: The evolution of the gazelles and some evidence from the field*. Retrieved from http://expertise.hec.ca/chaire_entrepreneuriat/wp-content/uploads/2010-01-high-growth-smes.pdf

- Johanson, J., & Mattsson, L. G. (1988). Internationalization in industrial systems-a network approach. In N. Hood & J. E. Vahlne (Eds.), *Strategies in global competition* (pp. 303-321). New York: Croom Helm.
- Johanson, J., & Vahlne, J. E. (1977). The internationalization process of the firm-A model of knowledge development and increasing foreign market commitments. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32.
- Julien, P. A. (2006). High growth smes: Explanatory factors. *Investigaciones Europeas de Direcciny Economia de la Empresa*, 6, 39-56. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/187777.pdf>
- Kaličanin, Đ. (2008). *A question of strategy: To be a pioneer or a follower?*. Retrieved from
- Kazanjian, R. K., & Drazin, R. (1989). An empirical test of stage of growth progression model. *Management Science*, 15(12), 1489-1503.
- Laperche, B., & Liu, Z. (2013). SMEs and knowledge-capital formation in innovation networks: a review of literature. *Journal of Innovation and Enterpreneurship*, 2, 21. Retrieved from <http://www.innovation-entrepreneurship.com /content/2/1/21>
- Liang, T. W., Thomas, M., & Wah, C. Y. (2007). The effects of entrepreneurial growth orientation on organizational change and firm growth. *Small Enterprise Research*, 15(2), 88-99.
- Lilischkis, S. (2013). Policies for high growth innovative enterprises. In *Discussion paper for the 2013 ERAC mutual learning seminar on research and innovation policies-session III-Brussels, March 21, 2013* (pp. 1-21). n.p.
- Lockett, A., Hayton, J., Ucbasaran, D., Mole, K., & Hodgkinson, G. P. (2013). *Entrepreneurial leadership, capabilities and growth (ERC white paper no.2, April 2013)*. Retrieved from https://www.enterpriseresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2013/12/ERC-White-Paper-No_2-E-Leadership-final1.pdf
- MadadiJani, S. A. (2011). *The role of knowledge in internationalization of small-and medium-sized enterprise*. Retrieved from umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:430449/FULLTEXT01.pdf
- Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 15(5), 363-380.

- McElheran, K. (2013). Do market leaders lead in business process innovation? the case(s) of e-business adoption. *Management Science*, 61(6), 1,197-1,216
- Morgan, J. P. (2012). *Catalyst for growth (C4G) initiative in south Africa*. Retrieved from http://www.catalystforgrowth.org/wp-content/uploads/2014/02/JPM_Dalberg_SME-Catalyst-for-Growth.pdf
- Morris, R. (2011). *GEM Endeavor 2011 high impact entrepreneurship report*. Retrieved from <http://www.gemconsortium.org/docs/download/295>
- National Commission on Entrepreneurship. (2001). *High-growth companies: Mapping America's entrepreneurial landscape*. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1260389>
- Neira, I., Portela, M., Cancelo, M., & Calvo, N. (2013). Social and human capital as determining factors of entrepreneurship in the spanish regions. *Investigaciones Regionales*, 26, 115-139.
- Nkonoki, E. (2010). What are the factors limiting the success and/ or growth of small businesses in Tanzania?. Helsinki: An Empirical Study on Small Business Growth Arcada University of Applied Sciences, International Business.
- Olafsen, A., & Cook, P. A. (2016). *Growth entrepreneurship in developing countries a preliminary literature review*. Retrieved from https://www.infodev.org/infodev-files/growth_entrepreneurship_in_developing_countries_-_a_preliminary_literature_review_-_february_2016_-_infodev.pdf
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (1997). *Small businesses, job creation and growth: Facts, obstacles and best practices*. Retrieved from <http://www.oecd.org/industry/smes/2090740.pdf>
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (1998). *Small business, job creation and growth: Facts, obstacles and best practices*. France: OECD.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2007). *Eurostat-OECD manual on business demography statistics*. Retrieved from http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-RA-07-010/EN/KS-RA-07-010-EN.PDF
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2008). *OECD Manual on business demography statistics*. Paris: OECD.

- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2009 a). *Policy measures to support high-growth SMEs in the Western Balkans*. Retrieved from <https://www.oecd.org/globalrelations/43469926.pdf>
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2009 b). *Top barriers and drivers to SME internationalization*. n.p.
- Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). (2010). *High-growth enterprises: What governments can do to make a difference, OECD studies on SMEs and entrepreneurship*. Retrieved from Retrieved from <http://dx.doi.org/10.1787/9789264048782-en>
- Osawa, Y., & Miyazaki, K. (2006). An empirical analysis of the valley of death: Large-scale R&D project performance in a Japanese diversified company. *Asian Journal of Technology Innovation Volume, 14*(2), 93-116.
- Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies, 25*(1),45-64.
- Peterson, B. D., Dyer, W. G., Farr, R. C., & Christensen, M. A. (1995). Gaps' in the management practices of entrepreneurs compared to growth: A 360 degree study. In *15th Babson entrepreneurship research conference*. London: Babson College
- Pleshko, L. P., & Heiens, R. A. (2012). The market share impact of the fit between market leadership efforts and overall strategic aggressiveness. *Business and Economics Research Journal, 3*(3), 1-16.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. New York: Macmillan.
- Porter, M. E. (1998). *Microeconomic foundations of competitiveness: New learning*. Auckland, New Zealand: FutureActive.
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Research Evaluation and Analysis Branch. (2013). *High-growth business in New Zealand*. New Zealand: Ministry of Business Innovation and Employment.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2012). *Entrepreneurial motivation* [Electronic version]. Retrieved from <http://digitalcommons.ilr.cornell.edu/articles/x>

- Sheppard, M. (2010). *Antecedents of high-growth and gazelle enterprises: An empirical study*. Doctoral dissertation, Management Sciences, University of Waterloo, Canada.
- Siegel, R., Siegel, E., & MacMillan, I. C. (1993). Characteristics distinguishing high-growth ventures. *Journal of Business Venturing*, 8(2), 169-180.
- Simin, L. (2012). *Internationalization of SMEs: Towards an integrative approach of resources and competences*. Doctoral dissertation, Management Science, IAE-Université Jean Moulin Lyon.
- Stam, E., Suddle, K., Hessels, S., van Stel, J. A., & André, J. (2007). High growth entrepreneurs, public policies and economic growth. In *Jena Economic Research Papers, No. 2007,019*. n.p.
- Storey, D. J. (1995). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Storey, D. J., Keasey, K., Watson, R., & Wynarczyk, P. (1987). *The performance of small firms: Profits, jobs, and failures*. London: Routledge.
- Storey, J. (2001). Human resource management today: An assessment. In J. Storey, (Ed.), *Human resource management: A critical text* (pp. 1-32). London: Thomson Learning.
- Suddle, K., & Hessels, S. J. A. (2007). *High-growth support initiatives*. Netherlands: SCALES-Initiative (SCientificAnaLysis of Entrepreneurship and SMEs).
- Suh, J. M., & Chung, Y. (1998). *The role of SMEs in job creation: Some evidence from manufacturing industry in Korea*. Retrieved from <http://www.sbaer.uca.edu/research/1998/ICSB/j002.htm>
- Teach, R. D., Tarpley, F. A., & Schwartz, R. G. (1986). Software venture teams-frontiers of entrepreneurship research. In *Frontiers of entrepreneurship research* (pp. 546-562). Wellesley, MA: Babson College.
- Terpstra, D. E., & Olson, P. D. (1993). Entrepreneurial start-up and growth: A classification of problems. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(3), 5-20.
- Theriou, N. G., Aggelidis, V., & Theriou, G. N. (2009). A theoretical framework contrasting the resource-based perspective and the knowledge-based view. *European Research Studies*, XII(3).
- Transparency International. (2011). *The current corruption perceptions index*. Retrieved from http://www.transparency.org/policy_research/surveys_indices/cpi

- Tuan, N. P. (2012). Gender, innovation and the growth of small medium enterprises: An empirical analysis of Vietnam's manufacturing firms. *VNU Journal of Science, Economics and Business*, 28(2), 87-102. Retrieved from <http://tapchi.vnu.edu.vn/upload/2014/02/1136/2.pdf>
- Vigo Program. (2013). *About vigo*. Retrieved from <http://www.vigo.fi/accelerators>
- Waasdorp, P., & Bakkenes, M. (2006). High-growth companies: A policy perspective. In EIM Business & Policy Research (Ed.), *Entrepreneurship in the Netherlands: High-growth Enterprises; running fast but still keeping control*. Netherlands: EIM.
- Wennberg, K. (2013). Managing high-growth firms: A literature review. In *International workshop on "management and leadership skills in high-growth firms" Warsaw (6 May 2013)*. Retrieved from http://www.oecd.org/cfe/leed/Wennberg_Managing%20a%20HGF.pdf
- World Bank. (2006). *Korea as a knowledge economy evolutionary process and lessons learned*. Washington, DC: The World Bank.
- Yamane, T. (1967). *Elementary sampling theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Zhou, H., & Wit, G. D. (2009). *Determinants and dimensions of firm growth*. Retrieved from <http://www.entrepreneurship-sme.eu/pdf-ez/H200903.pdf>
- Zoltan, J. A., & Mueller, P. (2006). Employment effects of business dynamics: Mice, Gazelles and Elephants. Received: 21 September 2006 / Accepted: 22 February 2007 / Published online: 5 June 2007_ Springer Science+Business Media B.V. 2007. Retrieved from <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-007-9052-3>

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ความเป็นมาของการพัฒนาและการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศไทย

แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

เพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการลงทุนในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ เอสเอ็มอี คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (Office of the Board of Investment: BOI) หรือ บีโอไอ เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานหนึ่งที่มีนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนในประเทศไทย (วันเพ็ญ หรุจิตตวิวัฒน์, 2553) ได้ให้การส่งเสริม SMEs มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 เนื่องจากเห็นว่ากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนี้ เป็นกลุ่มพลังที่ใหญ่ที่สุดของภาคธุรกิจ โดยมีจำนวนมากกว่าร้อยละ 85 ของรายที่ขึ้นแบบแสดงรายการเสียภาษีเงินได้นิติบุคคล ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่บีโอไอจะให้การส่งเสริมนี้ มีความหมายครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กิจการภาคการผลิต กิจการภาคการค้า และกิจการภาคบริการ โดยกิจการภาคการผลิตจะครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และเหมืองแร่ ขณะที่กิจการภาคการค้าจะครอบคลุมทั้งการค้าส่งและการค้าปลีก ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ได้แบ่งประเภทกิจการของ SMEs ครอบคลุมกิจการทั้ง 7 หมวด รวม 57 ประเภทกิจการ ประกอบด้วย

1. หมวดเกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร
2. หมวดเหมืองแร่ เซรามิกส์ และโลหะขั้นมูลฐาน
3. หมวดอุตสาหกรรมเบา
4. หมวดผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องจักร และอุปกรณ์ขนส่งซึ่งในหมวดนี้ครอบคลุมถึงประเภท 4.10 ผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะ
5. หมวดอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า
6. หมวดเคมีภัณฑ์กระดาษ และพลาสติก
7. หมวดบริการและสาธารณูปโภค

โดยสิทธิประโยชน์ที่ได้รับจะประกอบด้วย การยกเว้นอากรขาเข้าเครื่องจักรไม่ว่าจะตั้งอยู่ในเขตใด และยังได้รับการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี ไม่ว่าจะตั้งอยู่ในเขตใด โดยไม่กำหนดสัดส่วนการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล รวมถึงสิทธิประโยชน์อื่นตามประกาศคณะกรรมการฯ ที่ 1/ 2543 ลงวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2543 ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ตั้งของแต่ละเขต (วันเพ็ญ หรุจิตตวิวัฒน์, 2553)

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามหมายเลข _____

เลขทะเบียนบริษัท _____



วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Graduate school of Commerce Burapha University

169 ถ.ลงหาดบางแสน ต.แสนสุข อ. เมือง จ.ชลบุรี

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต ที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย

คำชี้แจง:

1. แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการทำงานวิจัยคุณลักษณะของนิสิตปริญญาตรีบัณฑิต สาขาการจัดการสาธารณะ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย ทั้งนี้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จะนำไปวิเคราะห์เพื่อใช้สำหรับการวิจัยเท่านั้น

2. แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับคลัสเตอร์อุตสาหกรรม, การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม, การรวมกลุ่มเครือข่าย, การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของเครือข่ายที่สนับสนุนการเติบโต

ส่วนที่ 2 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์องค์กร การตลาดและการตลาดในระดับสากล คุณลักษณะขององค์กร นวัตกรรมขององค์กร และคุณลักษณะขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 4 จะเป็นคำถามเกี่ยวกับนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment)

ส่วนที่ 5 จะเป็นข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า เป็น สิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า จะได้รับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากท่าน สำหรับข้อมูลที่ท่านตอบในแบบสอบถามนี้จะไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อท่านทั้งสิ้น และขอขอบคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

หมายเหตุ ในการศึกษาครั้งนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่มีอัตราการเติบโตด้านผลประกอบการ (ยอดขาย) เพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 20 ต่อปี ตลอดระยะเวลา 3 ปี ต่อเนื่องกัน

ชื่อวิชาหกิจของท่าน _____

ส่วนที่ 1 คลัสเตอร์อุตสาหกรรม, การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม, การรวมกลุ่มเครือข่าย, การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของเครือข่ายที่สนับสนุนการเติบโต

คำชี้แจง ท่านคิดว่าคลัสเตอร์อุตสาหกรรม, การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม, การรวมกลุ่มเครือข่าย, การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของเครือข่ายที่สนับสนุนการเติบโตขององค์กรท่านเป็นอย่างไรบ้าง โปรดให้ข้อมูลตามความเป็นจริง

****คลัสเตอร์อุตสาหกรรม** หมายถึง การรวมตัวกันของกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือสถาบันที่เกี่ยวข้อง ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน (Geographic proximity) เพื่อสร้างความร่วมมือ เชื่อมโยงและส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมระหว่างกัน ในลักษณะครบวงจร (Commonality and complementary) โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical linkage) จะเป็นความร่วมมือของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ส่วนความร่วมมือในแนวนอน (Horizontal linkage) นั้นจะเป็นความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจบริการ หรือสมาคมการค้า และสถาบันวิจัยพัฒนาสถาบันการศึกษาและฝึกอบรม ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) และสร้างนวัตกรรมร่วมกัน

<p>คลังเตอร์อุตสาหกรรม, การสร้างเครือข่าย อุตสาหกรรม, การรวมกลุ่มเครือข่าย, การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของ เครือข่าย</p>	<p>สถานะปัจจุบัน</p>									
<p>1. การเป็นสมาชิกกลุ่มของธุรกิจ และ/ หรือ สถาบันที่เกี่ยวข้องซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง กัน (คลังเตอร์อุตสาหกรรม)</p>	<p>() เป็นสมาชิก จำนวน _____ คลังเตอร์</p>		<p>() ไม่เป็นสมาชิก</p>							
<p>2. ความร่วมมือกับผู้ประกอบการอื่น ๆ ใน อุตสาหกรรมเดียวกัน</p>	<p>() มีความร่วมมือ จำนวน _____ แห่ง</p>		<p>() ไม่มีความ ร่วมมือ</p>							
<p>3. การร่วมวางแผนในการกำหนดทิศทาง เป้าหมายและกลยุทธ์การพัฒนาร่วมกับ หุ้นส่วนทางธุรกิจอื่น ๆ</p>	<p>() มีการร่วมวางแผน จำนวน _____ แห่ง</p>		<p>() ไม่มีความ ร่วมมือ</p>							
<p>4. มีความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา และ/ หรือมหาวิทยาลัยต่าง ๆ</p>	<p>() มีความร่วมมือ จำนวน _____ แห่ง</p>		<p>() ไม่มีความ ร่วมมือ</p>							
<p>5. การนำองค์ความรู้ที่เกิดจากการคิดค้นโดย มหาวิทยาลัย สถาบันการศึกษา สถาบัน บริการวิชาการมาประยุกต์ใช้ในองค์กร</p>	<p>() มี</p>		<p>() ไม่มี</p>							
<p>6. ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนการสร้าง เครือข่ายให้กับภาคธุรกิจอย่างเหมาะสม</p>	<p>โปรดให้คะแนนระดับความเหมาะสม</p> <table border="1" data-bbox="799 1339 1382 1505"> <tr> <td data-bbox="799 1339 916 1505">() มากที่สุด</td> <td data-bbox="916 1339 1034 1505">() มาก</td> <td data-bbox="1034 1339 1150 1505">() ปาน กลาง</td> <td data-bbox="1150 1339 1268 1505">() น้อย</td> <td data-bbox="1268 1339 1382 1505">() น้อย มาก</td> </tr> </table>					() มากที่สุด	() มาก	() ปาน กลาง	() น้อย	() น้อย มาก
() มากที่สุด	() มาก	() ปาน กลาง	() น้อย	() น้อย มาก						

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)

คำชี้แจง โปรดให้ระดับคะแนนความสอดคล้องของคุณสมบัติในแต่ละด้านต่อไปนี้ตามความคิดเห็นของท่าน ว่าปัจจัยต่อไปนี้มีความเกี่ยวข้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในระดับมากน้อยเพียงใด

ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโต	ระดับความสอดคล้องของ คุณสมบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
ด้านกลยุทธ์องค์กร					
1. การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และ/ หรือบริการ					
2. การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า					
3. นวัตกรรมระบบการทำงานใหม่ที่เหนือกว่าเดิม (Creative destructive)					
4. การกำหนดกลยุทธ์และแผนการดำเนินการด้านต่าง ๆ เป็นลายลักษณ์อักษร เช่น กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการ แผนการพัฒนานวัตกรรม เป็นต้น					
5. การบริหารจัดการความเสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ					
6. การบริหารจัดการ และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร					
ด้านการตลาดและการตลาดในระดับสากล					
7. การขยายตลาดสู่ต่างประเทศด้วยผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่ ๆ					
8. การดำเนินกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ในงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ การศึกษาฐานตลาดต่างประเทศ เป็นต้น					
9. การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้า (Niche market) ในต่างประเทศ					

ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโต	ระดับความสอดคล้องของ คุณสมบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
ด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร					
10. ระบบและกระบวนการในการบริหารจัดการมีความคล่องตัว					
11. องค์กรมีทรัพยากร (Firm specific resources) ที่ยากต่อการลอกเลียนแบบของกลุ่มคู่แข่ง					
12. ความรู้ความสามารถเฉพาะทางขององค์กร					
13. ระบบการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ					
14. แผนฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เป็นระบบและชัดเจน					
15. บุคลากรมีความรู้ความสามารถ และทักษะการปฏิบัติงาน					
16. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต					
17. การประยุกต์ใช้ความรู้ขององค์กรร่วมในการประกอบการ					
18. การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการ					
19. ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน					
20. ระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่อง					
ด้านนวัตกรรมองค์กร					
21. การมีกลยุทธ์การส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมกับองค์กร					
22. ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของลูกค้า					

ปัจจัยด้านกลยุทธ์และปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโต	ระดับความสอดคล้องของ คุณสมบัติ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
23. การมีหน่วยงานหรือโครงการเฉพาะเพื่อการวิจัยและพัฒนาสำหรับองค์กร					
24. การมีการจัดสรรงบประมาณและการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาอย่างพอเพียง					
25. สามารถนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ					
26. มีนวัตกรรมใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ (Product innovation)					
27. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการบริการ (Service innovation)					
28. มีนวัตกรรมใหม่ด้านการกระบวนการ (Process innovation)					
29. การมีสิทธิบัตร/ อนุสิทธิบัตร					

ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะขององค์กร (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs))

คำชี้แจง โปรดระบุข้อมูลตามความเป็นจริง

30. การบริหารจัดการวิสาหกิจของท่านนั้น บริหารจัดการโดย

1. () เจ้าของคนเดียว 3. () ทีมผู้บริหารมืออาชีพหรือทีมงานที่มีความเชี่ยวชาญ
2. () สมาชิกในครอบครัว 4. () อื่น ๆ ระบุ _____

31. มีสาขา _____ แห่ง

32. มีสาขาในต่างประเทศหรือไม่

1. () มีโปรดระบุประเทศ _____
2. () ไม่มี

33. สัดส่วนการร่วมทุนกับต่างชาติ

1. องค์กรมีการลงทุนโดยคนไทย _____ %
2. องค์กรมีการลงทุนโดยต่างชาติ _____ %
กรุณาระบุสัญชาติของผู้ลงทุน _____

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดระบุข้อมูลตามความเป็นจริง

1. องค์กรของท่านมีผู้ร่วมก่อตั้งกิจการจำนวน _____ คน

ผู้ก่อตั้ง กิจการ	สัญชาติ	ประสบการณ์ ในการบริหาร องค์กร	ประสบการณ์ ของครอบครัว ในด้านธุรกิจ, อุตสาหกรรม, การค้า เป็นต้น	สภาพแวดล้อมและ สภาพความเป็นอยู่ ที่เคยประสบมา (ทำเครื่องหมาย x บนตัวเลขที่มีระดับ สอดคล้องกับ สภาพแวดล้อมและ สภาพความเป็นอยู่ ที่เคยประสบมา) เริ่มแค้มมาก <----> สุขสบายมาก					ระดับ การศึกษา	อายุ (ปี)
				1	2	3	4	5		
คนที่ 1		จำนวน___ องค์กร	1. () มี 2. () ไม่มี	1	2	3	4	5		
คนที่ 2		จำนวน___ องค์กร	1. () มี 2. () ไม่มี	1	2	3	4	5		
คนที่ 3		จำนวน___ องค์กร	1. () มี 2. () ไม่มี	1	2	3	4	5		
คนที่ 4		จำนวน___ องค์กร	1. () มี 2. () ไม่มี	1	2	3	4	5		
คนที่ 5		จำนวน___ องค์กร	1. () มี 2. () ไม่มี	1	2	3	4	5		

คุณสมบัติผู้ประกอบการ/ผู้บริหาร	ระดับความสอดคล้อง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
5.9 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์					
5.10 กำหนดแนวทางการฝึกอบรมและพัฒนาพนักงานเพื่อปูทางไปสู่การเป็นผู้บริหารองค์กร					
5.11 มีความต้องการในการบรรลุเป้าหมายอย่างยั่งยืน					
5.12 มีความเชื่อมั่นในการกระทำของตน					
5.13 ให้ความสำคัญกับระบบพี่เลี้ยง (Mentoring) และระบบการสอนงาน (Coaching)					
5.14 เคยมีประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจประเภทเดียวกันมาก่อน					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับนโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการเติบโตสูง (High growth SMEs supporting policy and environment)

คำชี้แจง ในความคิดของท่าน ท่านคิดว่านโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/ สนับสนุนการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังต่อไปนี้ มีความสอดคล้องกับการเติบโตสูงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ระดับใด โปรดให้คะแนนระดับความสอดคล้อง

นโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/สนับสนุนการเติบโต	ระดับความสอดคล้อง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
1. นโยบายในการส่งเสริมจากภาครัฐเหมาะสมกับภาค SMEs					
2. นโยบายของรัฐสร้างแรงบันดาลใจในการเติบโตให้กับเจ้าของกิจการ/ ผู้บริหาร					
3. นโยบายด้านการคลัง/ ภาษีส่งเสริมให้เกิดการเติบโต					
4. มีการสร้างวัฒนธรรมการเป็นผู้ประกอบการให้กับประชาชนที่สนใจประกอบธุรกิจ					
5. นโยบายส่งเสริมให้องค์กรสามารถขยายตลาดไปสู่ตลาดในระดับสากล					
6. มีการบริหารจัดการปัญหาความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนที่ดี					
7. มีการบริหารจัดการมาตรฐานทางเทคนิคที่แตกต่างกันได้อย่างเหมาะสม					
8. มีการดำเนินการลดขั้นตอนความยุ่งยากของระบบราชการ					
9. มีการให้การอุดหนุนช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม					
10. สามารถแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันและความโปร่งใสของระบบราชการ					
11. กฎระเบียบในการสร้างความเป็นธรรมในการแข่งขัน					
12. กลไกภาครัฐสามารถลดการกีดกันทางการค้าขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ได้					

นโยบายและสภาพแวดล้อมในการประกอบการและ ดำเนินธุรกิจที่ส่งเสริม/สนับสนุนการเติบโต	ระดับความสอดคล้อง				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยมาก
13. นโยบายสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงเทคโนโลยีได้					
14. นโยบายด้านนวัตกรรมและการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสม					
15. มีกระบวนการนำผลวิจัยและพัฒนาของภาครัฐให้เอกชนใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ที่สะดวก					

คำชี้แจง โปรดระบุข้อมูลตามความเป็นจริง

16. องค์กรของท่านได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐหรือไม่ และถ้าได้รับการส่งเสริมสนับสนุนเป็นการช่วยเหลือสนับสนุนด้านใด โปรดระบุ

1. () ไม่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุน
2. () ได้รับการส่งเสริมสนับสนุน กรุณาระบุ

ชื่อหน่วยงานที่ได้รับการส่งเสริม _____

ประเภทที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุน _____

ส่วนที่ 5 ท่านคิดว่ามีปัจจัยอื่นใดบ้างที่เป็นสิ่งสำคัญในการสร้างให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถเติบโตสูงได้และท่านมีคิดเห็นว่าจะมีการดำเนินการจัดการกับปัจจัยนั้นๆ อย่างไร

ปัจจัยด้าน

การดำเนินการจัดการ

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งสำหรับการให้ข้อมูลในครั้งนี้

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดแนวนโยบายและแนวทาง
ในการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูง

หัวข้อคุณลักษณะ: แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ภาคการผลิตที่มีการเติบโตสูงในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ.....นามสกุล.....
ตำแหน่ง.....
สถานที่ทำงาน.....
หมายเลขโทรศัพท์.....
วันที่ให้การสัมภาษณ์.....เดือน.....พ.ศ. 2559 เวลา.....น.
สถานที่ให้การสัมภาษณ์.....

กรอบแนวคำถามการสัมภาษณ์

โครงสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 8 ข้อ ได้แก่

1. ท่านคิดว่าสำหรับประเทศไทยนั้น นโยบายและสภาพแวดล้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้เกิดการเติบโตสูงนั้นเป็นอย่างไร? มีความเหมาะสมหรือไม่? และควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร? สภาวะการณ์เป็นอย่างไร?.....

มีความเหมาะสมหรือไม่?.....

ควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?.....

2. ท่านคิดว่าสำหรับประเทศไทยนั้น นโยบายการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม การรวมกลุ่มเครือข่าย, การเข้าถึงเครือข่ายและความร่วมมือของเครือข่ายที่สนับสนุนการเติบโตใน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) นั้นเป็นอย่างไร? มีความเหมาะสมหรือไม่? และควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร? สภาวะการณ์เป็นอย่างไร?.....

.....

มีความเหมาะสมหรือไม่?.....

.....

ควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?.....

.....

2. ท่านคิดว่าสำหรับประเทศไทยนั้น การดำเนินนโยบาย เพื่อส่งเสริมและพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ องค์กร อาทิเช่น กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ กลยุทธ์การนำสินค้าใหม่เข้าตลาด กลยุทธ์ การให้ความใส่ใจและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์การบริหารจัดการความ เสี่ยงขององค์กรอย่างมีระบบ กลยุทธ์การบริหารจัดการและปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาขององค์กร นั้นเป็นอย่างไร? มีความเหมาะสมหรือไม่? และควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อ ส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิด การเติบโตสูงอย่างไร?

สภาวะการณ์เป็นอย่างไร?.....

.....

มีความเหมาะสมหรือไม่?.....

.....

ควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?.....

.....

4. ท่านคิดว่าสำหรับประเทศไทยนั้นการดำเนินนโยบาย เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการตลาดและ การตลาดในระดับสากล อาทิเช่น การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ การส่งออก การร่วมทำธุรกิจกับ

ชาวต่างชาติ การดำเนินกลยุทธ์การค้าต่างประเทศเชิงรุก การมีตลาดเฉพาะสำหรับสินค้าในต่างประเทสนั้นเป็นอย่างไร? มีความเหมาะสมหรือไม่? และควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?

สภาพการณ์เป็นอย่างไร?.....

.....

มีความเหมาะสมหรือไม่?.....

.....

ควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?.....

.....

5. ท่านคิดว่าสำหรับประเทศไทยนั้นการดำเนินนโยบาย เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะการบริหารจัดการขององค์กร อาทิเช่น การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างมีคุณค่า การจัดการและพัฒนาทรัพยากรขององค์กร การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิต การถ่ายทอดและประยุกต์ใช้ความรู้เชิงประสบการณ์ (Experiential knowledge) ในการบริหารจัดการองค์กร ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินแหล่งทุน และระบบในการบริหารจัดการการเงินที่มีสภาพคล่องนั้นเป็นอย่างไร? มีความเหมาะสมหรือไม่? และควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?

สภาพการณ์เป็นอย่างไร?.....

.....

มีความเหมาะสมหรือไม่?.....

.....

ควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?.....

.....

6. ท่านคิดว่าสำหรับประเทศไทยนั้นการดำเนินนโยบาย เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมองค์กร อาทิเช่น การสร้างนวัตกรรมองค์กร การวิจัยและพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ การบรรลุ

เป้าหมายด้านเทคโนโลยี การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการนำผลการวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างมีประสิทธิภาพ การมีนวัตกรรมใหม่ในด้านต่าง ๆ นั้นเป็นอย่างไร? มีความเหมาะสมหรือไม่? และควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?

สถานการณ์เป็นอย่างไร?.....

.....

มีความเหมาะสมหรือไม่?.....

.....

ควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?.....

.....

7. ท่านคิดว่าสำหรับประเทศไทยนั้นการดำเนินนโยบาย เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ในด้านที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และ/ หรือผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อาทิเช่น การพัฒนาเทคนิคในการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจขององค์กรในด้านต่าง ๆ นั้นเป็นอย่างไร? มีความเหมาะสมหรือไม่? และควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?

สถานการณ์เป็นอย่างไร?.....

.....

มีความเหมาะสมหรือไม่?.....

.....

ควรมีแนวทางในการดำเนินการพัฒนาปรับปรุงเพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิต (SMEs ภาคการผลิต) ให้เกิดการเติบโตสูงอย่างไร?.....

.....

8. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ.....

.....