

ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1
STRATEGIC FACTORS THAT AFFECT SMALL AND MEDIUM BUSINESS
ENTREPRENEURS IN THE UPPER NORTHEAST REGION 1

ปริฉัตร วงศ์ปจฉิม¹

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Parichat Vongpatchim¹

¹Faculty of Business Administration, Khon Kaen University

(Received: March 17, 2020; Revised: March 30, 2020; Accepted: April 9, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปี และเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 จำนวน 400 ราย ในเขตจังหวัดอุดรธานี หนองคาย หนองบัวลำภู เลย และบึงกาฬ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัยพบว่า สมการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา คือ

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.586 + 0.178 (\text{กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน}) + 0.165 (\text{กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย}) + 0.161 (\text{กลยุทธ์การลงทุนการผลิต}) + 0.171 (\text{กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ})$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.185 (\text{กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน}) + 0.155 (\text{กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย}) + 0.162 (\text{กลยุทธ์การลงทุนการผลิต}) + 0.145 (\text{กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ})$$

สมการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา คือ

สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.591 + 0.218 (\text{กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ}) + 0.180 (\text{กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน}) + 0.134 (\text{กลยุทธ์การเพิ่มความถี่และทักษะทางบัญชี}) + 0.110 (\text{กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า})$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.197 (\text{กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ}) + 0.158 (\text{กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน}) + 0.174 (\text{กลยุทธ์การเพิ่มความถี่และทักษะทางบัญชี}) + 0.191 (\text{กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า})$$

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ , ผู้ประกอบการ, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ABSTRACT

The objective of this research was to study the strategic factors affecting small and medium business performance in the upper northeast region. 1 In the viewpoint of entrepreneurs in 1 year and average in the past 5 years, this research is quantitative research. The sample group used in this study is 400 small and medium business entrepreneurs in the upper northeast region 1 in Udon Thani, Nong Khai, Nong Bua Lamphu, Loei and Bueng Kan. The statistical analysis comprised frequency, percentage, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and Stepwise Multiple Regression Analysis. The results of the research showed that: Equation of small and medium business performance forecasting in the upper northeast region 1 To the 1 year performance is

The equation of raw score is

$$Y = 0.586 + 0.178 (\text{Employee Efficiency Development Strategy}) + 0.165 (\text{Sales Boost Strategy}) + 0.161 (\text{Production Cost Reduction Strategy}) + 0.171 (\text{Participation/Support Strategy from government agencies})$$

The equations of standard score is

$$Z = 0.185 (\text{Employee Efficiency Development Strategy}) + 0.155 (\text{Sales Boost Strategy}) + 0.162 (\text{Production Cost Reduction Strategy}) + 0.145 (\text{Participation /Support Strategy from government agencies})$$

Forecasting performance of small and medium-sized businesses in the upper northeast region 1 to the performance of the past 5 years:

The equation of raw score is

$$Y = 0.591 + 0.218 (\text{Participation strategy / sponsored by the agency of State}) + 0.180 (\text{Employee Efficiency Development Strategy}) + 0.134 (\text{Strategy to increase accounting knowledge and skills}) + 0.110 (\text{Customer Access Strategy})$$

The equations of standard score is

$$Z = 0.197 (\text{government participation/support strategy}) + 0.158 (\text{employee performance development strategy}) + 0.174 (\text{strategy to increase knowledge and accounting skills}) + 0.191 (\text{customer access strategy})$$

Keywords: Strategic Factors, Entrepreneurs, Small and Medium Businesses

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นกลไกขับเคลื่อนที่สำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจไทย โดยสร้างผลผลิตให้กับประเทศมากถึง 1.8 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 37 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 10.5 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 ของจำนวนการจ้างงานรวม ตลอดจนยังเป็นแรงขับเคลื่อนที่สำคัญของภาคการส่งออกของไทย นอกจากนี้ SMEs ยังมีบทบาทสำคัญในด้านอื่นๆ เช่น เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน สร้างเสริมประสบการณ์ และเป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือแรงงาน ช่วยเชื่อมโยงภาคการผลิตต่างๆ จากการเป็นธุรกิจต้นน้ำ ช่วยประหยัดเงินตราต่างประเทศ โดยการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ และช่วยลดปัญหาการเลื่อมล้ำโดยการผลิตที่กระจายตัวไปยังภูมิภาค (สำนักงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561)

สถานการณ์ธุรกิจในปัจจุบัน จะพบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทย ยังคงเผชิญกับความท้าทายที่เพิ่มขึ้นทั้งจากปัจจัยภายในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันที่สูงขึ้นจากจำนวนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การดำเนินนโยบายของภาครัฐ เช่น นโยบายเพิ่มรายได้แรงงานขั้นต่ำ 300 บาท ซึ่งส่งผลให้ SMEs ที่มีอยู่แล้ว และที่กำลังเข้ามาสู่ตลาดจำเป็นต้องเร่งปรับตัวเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างฐานของกิจการให้เข้มแข็ง ขณะที่ความท้าทายจากปัจจัยภายนอกประเทศก็มีความรุนแรงเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ผลกระทบจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และผลกระทบภายหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และจากการศึกษาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่า 1) อุปสรรคด้านเงินทุนในการดำเนินธุรกิจเป็นอุปสรรคสำคัญที่สุดของผู้ประกอบการ SMEs มากกว่าร้อยละ 80-90 ไม่สามารถเข้าถึงเงินทุนจากธนาคารและประสบปัญหาด้านหนี้ในระบบ 2) ขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูการทำเกษตรแรงงานภาคเกษตรในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลมาจากการขยายตัวในภาคอุตสาหกรรมและแรงจูงใจจากค่าตอบแทนที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับภาคเกษตร 3) ขาดวิธีการจัดการที่ทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการจัดการลงทุนให้เกิดความคุ้มค่า และด้านการพัฒนาศักยภาพการขยายการลงทุนให้เกิดความคุ้มค่า เนื่องจากผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ส่วนใหญ่ขาดความรู้ทักษะ และประสบการณ์ด้านการบริหารทางการเงิน การบริหารสินค้าคงคลัง อุปกรณ์และกำลังคน 4) ขาดความรู้เชิงปฏิบัติการ โดยเฉพาะการไม่สามารถพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ในการผลิตสินค้าและการให้บริการซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดปัญหาด้านการพึ่งพาภายนอกและปัญหาด้านการออกแบบ พัฒนาสินค้าและบริการ และ 5) ขาดทายาททางธุรกิจผลจากการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมเป็นจำนวนมาก ส่งผลกระทบให้แรงงานฝีมือด้านงานศิลปหัตถกรรมมีจำนวนลดน้อยลง และขาดทายาทในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากการศึกษาอุปสรรคดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะจังหวัดที่มีชายแดนใกล้กับกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งอยู่ในเขตกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดหนองบัวลำภู และจังหวัดอุดรธานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปี และเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นลักษณะของของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยกำหนดระเบียบวิธีการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วยจังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดเลย และจังหวัดบึงกาฬ จำนวนรวม 1,985 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562)

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ได้จำนวนตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ทำการเก็บข้อมูล จำนวน 400 ราย โดยมีการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบแบ่งเป็นชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยการจัดชั้นภูมิเป็นรายจังหวัด เป็นสัดส่วนตามประชากรของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี 192 ราย จังหวัดหนองคาย 63 ราย จังหวัดหนองบัวลำภู 58 ราย จังหวัดเลย 48 ราย และจังหวัดบึงกาฬ 39 ราย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ซึ่งแบ่งข้อคำถามออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ 2) ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการ และ 3) ผลประกอบการในรอบ 1 ปี (พ.ศ. 2562) และผลประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปี (พ.ศ. 2557-2561) โดยได้ดำเนินการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและความตรงเชิงโครงสร้าง โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 5 ราย เพื่อพิจารณาข้อความแต่ละข้อคำถามว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้นจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปทดลองใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดเลย และจังหวัดบึงกาฬ จำนวน 100 ราย เพื่อนำมาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1990) พบว่าแบบสอบถามทั้งหมดมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.898 (ดังตารางที่ 1) สรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมที่จะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลได้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

| ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 | ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค |
|---|--------------------------------|
| 1.กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต | 0.912 |
| 2.กลยุทธ์การควบคุมสินค้าสำเร็จรูป | 0.853 |
| 3.กลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย | 0.822 |
| 4.กลยุทธ์การจูงใจลูกค้า | 0.811 |
| 5.กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า | 0.823 |
| 6.กลยุทธ์การอุดช่องโหว่ของการรั่วไหลของรายรับและรายจ่าย | 0.915 |
| 7.กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี | 0.876 |
| 8.กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน | 0.844 |
| 9. กลยุทธ์การกระตุ้นแรงจูงใจให้พนักงาน | 0.814 |
| 10.กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ | 0.888 |
| 11.กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายธุรกิจ | 0.810 |
| รวม | 0.898 |

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองในพื้นที่การวิจัยที่กำหนด ได้แก่ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดหนองบัวลำภู จังหวัดเลย และจังหวัดบึงกาฬ และทำการรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับคืนจากการติดตามด้วยตัวเองทั้งหมด จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ตามขนาดตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม และนำไปวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โดยส่วนใหญ่เป็นร้านค้าบุคคลธรรมดา จำนวน 255 ราย (ร้อยละ 63.75) มีจำนวนพนักงาน 5-10 คน จำนวน 174 ราย (ร้อยละ 43.50) มีระยะเวลาดำเนินงานมากกว่า 10 ปี จำนวน 128 ราย (ร้อยละ 32.00) มีมูลค่าเงินลงทุน 1-5 ล้านบาท จำนวน 85 ราย (ร้อยละ 21.25) ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาดีกว่า จำนวน 198 ราย (ร้อยละ 49.50)

2. ผลการสร้างสมการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 2 – 6

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

| ตัวแปร | Y | X ₁ | X ₂ | X ₃ | X ₄ | X ₅ | X ₆ | X ₇ | X ₈ | X ₉ | X ₁₀ | X ₁₁ |
|-----------------|---------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Y | 1 | | | | | | | | | | | |
| X ₁ | 0.412** | 1 | | | | | | | | | | |
| X ₂ | 0.547** | 0.554** | 1 | | | | | | | | | |
| X ₃ | 0.444** | 0.563** | 0.445** | 1 | | | | | | | | |
| X ₄ | 0.231** | 0.451** | 0.632** | 0.221** | 1 | | | | | | | |
| X ₅ | 0.417** | 0.125** | 0.114** | 0.235** | 0.147** | 1 | | | | | | |
| X ₆ | 0.472** | 0.546** | 0.235** | 0.471** | 0.556** | 0.412** | 1 | | | | | |
| X ₇ | 0.145** | 0.326** | 0.114** | 0.214** | 0.365** | 0.145** | 0.321** | 1 | | | | |
| X ₈ | 0.447** | 0.254** | 0.451** | 0.146** | 0.351** | 0.241** | 0.123** | 0.149** | 1 | | | |
| X ₉ | 0.213** | 0.147** | 0.321** | 0.369** | 0.258** | 0.365** | 0.145** | 0.416** | 0.609** | 1 | | |
| X ₁₀ | 0.411** | 0.213** | 0.412** | 0.116** | 0.471** | 0.098** | 0.135** | 0.661** | 0.147** | 0.154** | 1 | |
| X ₁₁ | 0.254** | 0.611** | 0.471** | 0.231** | 0.147** | 0.253** | 0.147** | 0.321** | 0.421** | 0.352** | 0.461** | 1 |

หมายเหตุ: ** p < 0.01 โดยกำหนดให้ Y = ผลประกอบการ; X₁ = กลยุทธ์การลงทุนการผลิต; X₂ = กลยุทธ์การควบคุมสินค้าสำเร็จรูป; X₃ = กลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย; X₄ = กลยุทธ์การจูงใจลูกค้า; X₅ = กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า; X₆ = กลยุทธ์การอุดช่องโหว่ของการรั่วไหลของรายรับและรายจ่าย; X₇ = กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี; X₈ = กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน; X₉ = กลยุทธ์การกระตุ้นแรงจูงใจให้พนักงาน; X₁₀ = กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ; X₁₁ = กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายธุรกิจ

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับผลประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 3 แสดงค่า Tolerance และ VIF ของตัวแปรพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

| ตัวแปรพยากรณ์ | Tolerance | VIF |
|--|-----------|-------|
| 1. กลยุทธ์การลงทุนการผลิต (X ₁) | 0.745 | 1.812 |
| 2. กลยุทธ์การควบคุมสินค้าสำเร็จรูป (X ₂) | 0.689 | 1.999 |

ตารางที่ 3 (ต่อ)

| ตัวแปรพยากรณ์ | Tolerance | VIF |
|---|-----------|-------|
| 3. กลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย (X_3) | 0.851 | 1.201 |
| 4. กลยุทธ์การจูงใจลูกค้า (X_4) | 0.714 | 1.785 |
| 5. กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า (X_5) | 0.654 | 1.914 |
| 6. กลยุทธ์การอุดช่องโหว่ของการรั่วไหลของรายรับและรายจ่าย (X_6) | 0.545 | 1.754 |
| 7. กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี (X_7) | 0.747 | 1.695 |
| 8. กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) | 0.889 | 1.412 |
| 9. กลยุทธ์การกระตุ้นแรงจูงใจให้พนักงาน (X_9) | 0.774 | 1.555 |
| 10. กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) | 0.811 | 1.736 |
| 11. กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายธุรกิจ (X_{11}) | 0.771 | 1.587 |

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรพยากรณ์มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.545-0.889 และ VIF มีค่าระหว่าง 1.201-1.999 โดยค่าทั้งสองอยู่ในเกณฑ์ที่ตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันน้อย จึงถือได้ว่าตัวแปรพยากรณ์ที่นำมาวิเคราะห์ในครั้งนี้ ไม่เกิดปัญหาตัวแปรต้นสัมพันธ์กันมาก (Multicollinearity) ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยที่กำหนดให้ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10 (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2556)

ตารางที่ 4 สมการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

| โมเดล | ตัวแปรพยากรณ์ | R | R ² | ร้อยละความผันแปร |
|-------|---|-------|----------------|------------------|
| 1 | กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) | 0.179 | 0.082 | 8.20 |
| 2 | กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย (X_3) | 0.336 | 0.113 | 11.30 |
| 3 | กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย (X_3) กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต (X_1) | 0.376 | 0.141 | 14.10 |
| 4 | กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย (X_3) กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต (X_1) กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) | 0.603 | 0.364 | 36.40 |

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า สมการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) เป็นตัวแปรแรกที่น่าเข้าสมการ และสามารถอธิบายความผันแปรของผลประกอบการได้ร้อยละ 8.20 ($R^2 = 0.082$)

ตัวแปรที่น่าเข้าสมการเป็นลำดับที่สอง ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) และกลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย (X_3) สามารถอธิบายความผันแปรของผลประกอบการได้ร้อยละ 11.30 ($R^2 = 0.113$)

ตัวแปรที่น่าเข้าสมการเป็นลำดับที่สาม ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย (X_3) และกลยุทธ์การลงทุนการผลิต (X_1) สามารถอธิบายความผันแปรของผลประกอบการได้ร้อยละ 14.10 ($R^2 = 0.141$)

ตัวแปรที่น่าเข้าสมการเป็นลำดับที่สี่ ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย (X_3) กลยุทธ์การลงทุนการผลิต (X_1) และกลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) สามารถอธิบายความผันแปรของผลประกอบการได้ร้อยละ 36.40 ($R^2 = 0.364$)

ตารางที่ 5 แสดงค่าความแปรปรวนการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

| แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F | p |
|------------------|---------|-----|-------|--------|-------|
| สมการถดถอย | 2.800 | 2 | 4.764 | 4.837* | 0.000 |
| ความคลาดเคลื่อน | 125.861 | 397 | 1.217 | | |
| รวม | 128.661 | 399 | | | |

หมายเหตุ * $p < 0.05$

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ค่าความแปรปรวนในการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย (X_3) กลยุทธ์การลงทุนการผลิต (X_1) และกลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) สามารถอธิบายความผันแปรของผลประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

| ตัวแปรพยากรณ์ | b | S.E. b | β | t | p |
|---|-------|--------|---------|--------|-------|
| กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) | 0.178 | 0.106 | 0.185 | 3.375* | 0.021 |
| กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย (X_9) | 0.165 | 0.454 | 0.155 | 2.098* | 0.001 |
| กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต (X_{10}) | 0.161 | 0.241 | 0.162 | 2.877* | 0.031 |
| กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) | 0.171 | 0.211 | 0.145 | 1.998* | 0.022 |
| ค่าคงที่ Constant = 0.586 | | | | | |

หมายเหตุ * $p < 0.05$

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต และกลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปคะแนนดิบ (b) คือ 0.178, 0.165, 0.161 และ 0.171 ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) คือ 0.185, 0.155, 0.162 และ 0.145 ตามลำดับ โดยสามารถเขียนสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.586 + 0.178 (\text{กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน}) + 0.165 (\text{กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย}) + 0.161 (\text{กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต}) + 0.171 (\text{กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ})$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.185 (\text{กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน}) + 0.155 (\text{กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย}) + 0.162 (\text{กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต}) + 0.145 (\text{กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ})$$

3. ผลการสร้างสมการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน แสดงรายละเอียดดังตารางที่ 7 - 11

ตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทศวรรษของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

| ตัวแปร | Y | X ₁ | X ₂ | X ₃ | X ₄ | X ₅ | X ₆ | X ₇ | X ₈ | X ₉ | X ₁₀ | X ₁₁ |
|-----------------|---------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| Y | 1 | | | | | | | | | | | |
| X ₁ | 0.378** | 1 | | | | | | | | | | |
| X ₂ | 0.214** | 0.435** | 1 | | | | | | | | | |
| X ₃ | 0.147** | 0.165** | 0.145** | 1 | | | | | | | | |
| X ₄ | 0.321** | 0.198** | 0.135** | 0.221** | 1 | | | | | | | |
| X ₅ | 0.741** | 0.253** | 0.117** | 0.145** | 0.321** | 1 | | | | | | |
| X ₆ | 0.451** | 0.146** | 0.351** | 0.078** | 0.123** | 0.412** | 1 | | | | | |
| X ₇ | 0.321** | 0.319** | 0.258** | 0.305** | 0.145** | 0.145** | 0.323** | 1 | | | | |
| X ₈ | 0.412** | 0.116** | 0.471** | 0.198** | 0.135** | 0.741** | 0.103** | 0.149** | 1 | | | |
| X ₉ | 0.471** | 0.231** | 0.127** | 0.223** | 0.147** | 0.365** | 0.105** | 0.078** | 0.619** | 1 | | |
| X ₁₀ | 0.114** | 0.214** | 0.365** | 0.145** | 0.321** | 0.198** | 0.135** | 0.661** | 0.147** | 0.641** | 1 | |
| X ₁₁ | 0.451** | 0.146** | 0.351** | 0.241** | 0.123** | 0.253** | 0.147** | 0.321** | 0.410** | 0.302** | 0.321** | 1 |

หมายเหตุ: ** p<0.01 โดยกำหนดให้ Y = ผลประกอบการ; X₁ = กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต; X₂ = กลยุทธ์การควบคุมสินค้าสำเร็จรูป; X₃ = กลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย; X₄ = กลยุทธ์การจูงใจลูกค้า; X₅ = กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า; X₆ = กลยุทธ์การอุดช่องโหว่ของการรั่วไหลของรายรับและรายจ่าย; X₇ = กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี; X₈ = กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน; X₉ = กลยุทธ์การกระตุ้นแรงจูงใจให้พนักงาน; X₁₀ = กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับบริการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ; X₁₁ = กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายธุรกิจ

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทศวรรษของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับผลประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 8 แสดงค่า Tolerance และ VIF ของตัวแปรพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทศวรรษของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

| ตัวแปรพยากรณ์ | Tolerance | VIF |
|--|-----------|-------|
| 1. กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต (X ₁) | 0.675 | 1.612 |
| 2. กลยุทธ์การควบคุมสินค้าสำเร็จรูป (X ₂) | 0.579 | 1.760 |
| 3. กลยุทธ์กระตุ้นยอดขาย (X ₃) | 0.681 | 1.221 |
| 4. กลยุทธ์การจูงใจลูกค้า (X ₄) | 0.745 | 1.685 |
| 5. กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า (X ₅) | 0.689 | 1.914 |
| 6. กลยุทธ์การอุดช่องโหว่ของการรั่วไหลของรายรับและรายจ่าย (X ₆) | 0.851 | 1.734 |
| 7. กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี (X ₇) | 0.689 | 1.685 |
| 8. กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X ₈) | 0.859 | 1.232 |

ตารางที่ 8 (ต่อ)

| ตัวแปรพยากรณ์ | Tolerance | VIF |
|---|-----------|-------|
| 9. กลยุทธ์การกระตุ้นแรงจูงใจให้พนักงาน (X_9) | 0.714 | 1.655 |
| 10. กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) | 0.664 | 1.736 |
| 11. กลยุทธ์การสร้างเครือข่ายธุรกิจ (X_{11}) | 0.721 | 1.687 |

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรพยากรณ์มีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.579-0.859 และ VIF มีค่าระหว่าง 1.221-1.914 โดยค่าทั้งสองอยู่ในเกณฑ์ที่ตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันน้อย จึงถือได้ว่าตัวแปรพยากรณ์ที่นำมาวิเคราะห์ในครั้งนี้ ไม่เกิดปัญหาตัวแปรต้นสัมพันธ์กันมาก (Multicollinearity) ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยที่กำหนดให้ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 และค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10 (กัลยา วาณิชขันธ์บัญชา, 2556)

ตารางที่ 9 สมการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

| โมเดล | ตัวแปรพยากรณ์ | R | R ² | ร้อยละความผันแปร |
|-------|--|-------|----------------|------------------|
| 1 | กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) | 0.198 | 0.039 | 3.90 |
| 2 | กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) | 0.316 | 0.099 | 9.90 |
| 3 | กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี (X_7) | 0.365 | 0.133 | 13.30 |
| 4 | กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี (X_7) กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า (X_5) | 0.629 | 0.395 | 39.50 |

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า สมการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน พบว่า กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) เป็นตัวแปรแรกที่นำเข้าสู่สมการ และสามารถอธิบายความผันแปรของผลประกอบการได้ร้อยละ 3.90 ($R^2 = 0.039$)

ตัวแปรที่นำเข้าสู่สมการเป็นลำดับที่สอง ได้แก่ กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) สามารถอธิบายความผันแปรของกลยุทธ์ได้ร้อยละ 9.90 ($R^2 = 0.099$)

ตัวแปรที่นำเข้าสมการเป็นลำดับที่สาม ได้แก่ กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี (X_7) สามารถอธิบายความผันแปรของกลยุทธ์ได้ร้อยละ 13.30 ($R^2 = 0.133$)

ตัวแปรที่นำเข้าสมการเป็นลำดับที่สี่ ได้แก่ กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี (X_7) และกลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า (X_5) สามารถอธิบายความผันแปรของกลยุทธ์ได้ร้อยละ 39.50 ($R^2 = 0.395$)

ตารางที่ 10 แสดงค่าความแปรปรวนในการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

| แหล่งความแปรปรวน | SS | df | MS | F | p |
|------------------|---------|-----|-------|--------|-------|
| สมการถดถอย | 5.100 | 2 | 4.543 | 4.112* | 0.001 |
| ความคลาดเคลื่อน | 131.793 | 397 | 1.289 | | |
| รวม | 136.893 | 399 | | | |

หมายเหตุ * $p < 0.05$

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าค่าความแปรปรวนในการพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา พบว่า ตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี (X_7) และกลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า (X_5) สามารถอธิบายความผันแปรของผลประกอบการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 11 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของตัวแปรพยากรณ์ผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา

| ตัวแปรพยากรณ์ | b | S.E. b | β | t | p |
|---|-------|--------|---------|--------|-------|
| กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ (X_{10}) | 0.218 | 0.231 | 0.197 | 2.678* | 0.001 |
| กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน (X_8) | 0.180 | 0.222 | 0.158 | 3.321* | 0.000 |
| กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี (X_7) | 0.134 | 0.145 | 0.174 | 2.987* | 0.012 |
| กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า (X_5) | 0.110 | 0.411 | 0.191 | 3.109* | 0.020 |
| ค่าคงที่ Constant = 0.591 | | | | | |

หมายเหตุ * $p < 0.05$

จากตารางที่ 11 พบว่า ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ในทัศนะของผู้ประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปคะแนนดิบ (b) คือ 0.218, 0.180, 0.134 และ 0.110 ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน (β) คือ 0.197, 0.158, 0.174 และ 0.191 ตามลำดับ โดยสามารถเขียนสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 0.591 + 0.218 (\text{กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ}) + 0.180 (\text{กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน}) + 0.134 (\text{กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี}) + 0.110 (\text{กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า})$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.197 (\text{กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ}) + 0.158 (\text{กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน}) + 0.174 (\text{กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี}) + 0.191 (\text{กลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า})$$

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผลเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดความชัดเจน ดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ที่ส่งผลต่อผลประกอบการในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน กลยุทธ์การกระตุ้นยอดขาย กลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต และกลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ และจากสมการพยากรณ์พบว่า ตัวแปรกลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน มีอำนาจในการพยากรณ์มากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การที่ผลประกอบการจะมียอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น ต้องมาจากกลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับ ขนิษฐา พิริยะกุล และ นฤมล กันธนาพา (2560) พบว่าประสิทธิภาพของการแข่งขันทางธุรกิจคือการพัฒนาพนักงาน

2. ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 ที่ส่งผลต่อผลประกอบการเฉลี่ยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ กลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ กลยุทธ์การพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน กลยุทธ์การเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี และกลยุทธ์การเข้าถึงลูกค้า และจากสมการพยากรณ์ พบว่า ตัวแปรกลยุทธ์การเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ มีอำนาจในการพยากรณ์มากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า ในรอบระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา คือช่วง พ.ศ. 2557-2561 เป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายทางเศรษฐกิจจากรัฐบาล เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้สถานประกอบการโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการเข้าร่วมและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐมากขึ้น สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงาน

ประชาสัมพันธธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยในปี 2557 ถึงปี 2561 ที่เศรษฐกิจส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ

3. ปัจจัยเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีดังต่อไปนี้

3.1 กลยุทธ์การบริหารด้านการพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้เป็นเพราะว่าประสิทธิภาพความรู้และทักษะพนักงาน มีความสำคัญต่อการประกอบธุรกิจ โดยการเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงานอาจทำได้โดยการจัดสรรงบประมาณการฝึกอบรมพนักงาน หรือพัฒนาทักษะด้านต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกันไปในทางเดียวกันกับการศึกษาของ เจนจิรา ศรีกระจ่าง และ สิริ สุกานดา (2559) ซึ่งศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การตลาดภายใน ความพึงพอใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ศักดิ์ชัย โชติวานิช (2560) พบว่า คุณภาพการให้บริการของพนักงานส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและสร้างความภักดี อันมีผลจากการพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงานนำไปสู่ผลประกอบการที่ดีขึ้นของกิจการ

3.2 กลยุทธ์การบริหารด้านการกระตุ้นยอดขายส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากการกระตุ้นยอดขายเป็นเป้าหมายหลักของธุรกิจที่จะทำให้กำไรเพิ่มขึ้น จึงส่งผลกับผลประกอบการโดยตรง ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทราพร สีละองจุกา และ ลิขิต วรวิชัย (2560) ศึกษาสถานการณ์ด้านการตลาดของธุรกิจควมมุ่งเน้น การลงโฆษณาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและเจาะตลาดเพื่อการกระตุ้นยอดขายให้สูงขึ้น

3.3 กลยุทธ์การบริหารด้านการลดต้นทุนการผลิตส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากหากผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการผลิต เช่น ด้านวัตถุดิบ ด้านแรงงาน ค่าใช้จ่ายในการผลิตลดลง จะส่งผลให้สัดส่วนของกำไรเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ขนิษฐา พิริยะกุล และ นฤมล กันธนาพา (2560) พบว่า ปัจจัยด้านขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์กรที่มีต่อผลการดำเนินงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งด้านต้นทุน ความแตกต่างทางการตลาด การจัดการความสัมพันธ์กับลูกค้าและความรู้ในการทำงาน และพบในการศึกษาของ Rifai, indrihastuti, Sayekti & Gunawan (2016) ศึกษาเรื่องความพร้อมในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศอินโดนีเซียที่เข้าสู่การค้าในประชาคมอาเซียน พบว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการผลิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมจะทำให้ผลประกอบการของธุรกิจดีมากยิ่งขึ้น

3.4 กลยุทธ์การบริหารด้านการเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้เป็นเพราะในการทำธุรกิจในปัจจุบันไม่สามารถดำเนินงานได้โดยขาดความร่วมมือจากภาครัฐ เพราะภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้อยู่รอดและเติบโตต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับ Kaewkumkong (2015) ได้ศึกษาโอกาสและช่องทางการค้าของ SMEs ไทยในตลาดกัมพูชา พบว่า เนื่องจาก SMEs มีเงินทุนน้อยในการศึกษาตลาด ดังนั้นภาครัฐจึงควรช่วยเปิดโอกาสให้ได้สัมผัสตลาดในพื้นที่จริง เพื่อเสริมความรู้ความเข้าใจทางการค้า การลงทุน และสังคมวัฒนธรรม

3.5 กลยุทธ์การบริหารด้านการเพิ่มความรู้และทักษะทางบัญชี ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะทักษะทางด้านบัญชีเป็นเรื่องสำคัญที่ควบคุมต้นทุน ค่าใช้จ่าย ยอดขาย ผลกำไร การเสียภาษี ตลอดจนการทำบัญชีเพื่อขอกู้เงินจากสถาบันทางการเงินเพื่อมาลงทุนในการประกอบธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ Nanakorn et al. (2016) ศึกษาการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ในด้านการผลิต การตลาด การเงิน และการบัญชี โดยเน้นการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี การวางแผนปฏิรูปกระบวนการธุรกิจและสนับสนุนการวิจัยและการพัฒนาสินค้าส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถทางการค้า การลงทุนของผู้ประกอบการ SMEs ในกรุงเทพมหานครในบริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3.6 กลยุทธ์การบริหารด้านการเข้าถึงลูกค้า ส่งผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งการเข้าถึงลูกค้าเพื่อติดต่อโดยตรงกับลูกค้า การเข้าร่วมกิจกรรมการขายกับงานแสดงสินค้า และการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้แปลกใหม่ดึงดูดใจอยู่เสมอ สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้าหันมาซื้อผลิตภัณฑ์สินค้ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรพร ลีระองจุฑา และ ลิขิต วรวิรัช (2560) พบว่า ผู้บริหารสามารถสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์โดยถือเกณฑ์เทคโนโลยี การให้บริการลูกค้า การเข้าถึงลูกค้ามีความหมายสำหรับลูกค้า เมื่อลูกค้าเชื่อว่าผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้นแตกต่างและพึงพอใจกับสินค้าและพร้อมที่จะซื้อ

จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์การบริหารที่มีผลต่อผลประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในทัศนะของผู้ประกอบการที่พิจารณาจากรอบ 1 ปี และ 5 ปีที่ผ่านมา มี 2 กลยุทธ์ ที่เหมือนกันคือ กลยุทธ์การบริหารด้านการพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน และกลยุทธ์การบริหารด้านการเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ จะมีผลต่อผลประกอบการของธุรกิจของผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 เหมือนกันไม่ว่าสถานะเศรษฐกิจจะเป็นเช่นไรก็ตาม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการพยากรณ์ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา และรอบ 5 ปีที่ผ่านมา พบว่าตัวแปรที่ส่งผลต่อผลประกอบการ คือ กลยุทธ์การบริหารด้านการพัฒนาประสิทธิภาพของพนักงาน และกลยุทธ์การบริหารด้านการเข้าร่วม/รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ ดังนั้นทางผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 สามารถนำกลยุทธ์ดังกล่าวไปใช้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจให้ทันตามสถานะเศรษฐกิจปัจจุบัน

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2556). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนิษฐา พิริยะกุล และ นฤมล กันธนาพา. (2560). รูปแบบการประเมินประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันธุรกิจ. *วารสารเกษมบัณฑิต*, 17(1), 1-21.
- เจนจิรา ศรีกระจำง และ สิริ สุกานดา. (2559). กลยุทธ์สร้างความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์การต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานโรงพยาบาลเอกชนไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 11(1), 155-171.

- ภัทรพร ลีละองจุฑา และ ลิขิต วรวิชัย. (2560). กลยุทธ์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม SMEs เพื่อเข้าสู่ตลาด AEC. *วารสารบริหาร*, 32(4), 95-102.
- ศักดิ์ชัย โชติวานิช. (2560). การสร้างความพึงพอใจในคุณภาพและการบริการของการบริการเต็มรูปแบบเที่ยวบินภายในประเทศไทย. *วารสารศิลปนานาชาติและวิทยาศาสตร์*, 7(3), 161-169.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). **แนวโน้มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยในปี 2557 และปี 2561**. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2562, จาก [http://www.sme.go.th/th/index.php /data-alear/report-smes-year/report-year](http://www.sme.go.th/th/index.php/data-alear/report-smes-year/report-year)
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). **ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1**. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2562, จาก http://udon.nso.go.th/index.php?option=com_wrapper&view=wrapper&itemid=506
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychology testing*. (5thed.). New York: Harper Collins.
- Kaewkumkong, A. (2015). Opportunities and market channels of Thai SMEs in Cambodia. *Journal of Mekong Societies*, 8(1), 95-113.
- Nanakorn, et al. (2016). Trade and investment Performance development of SMEs operations in Bangkok in the ASEAN economic community context. *Rajapark Journal*, 10(19), 124-136.
- Rifai, M., indrihastuti, P., Sayekti, R. N. S., & Gunawan, C. I. (2016). Competitive readiness from Indonesia's Small and Medium Industry (SMEs) in dealing with ASEAN economic community. *International Journal of Advanced Research*, 4(4), 52-59.