

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง

Success Factors for Small and Medium Enterprises in Rayong Province

ยงยุทธ ศรีสวัสดิ์^{1*} ราวดี สุริสรพจน์² จุฬาลักษณ์ พูโรณะ³ วิทย์ เมฆะวารากุล⁴ สากล ศรีวันทา⁵
และนภัทร จันทร์ารมณ⁶

Yongyut Srisawat Rawadee^{1*} Surisrapun² Juraluk Furunoe³ Wit Makawarakul⁴
Sakol Sriwanta⁵ and Napath Jantrarom⁶

¹⁻⁶บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร 10170

^{*1-6}Master of Business Administration, Faculty of Business, Bangkokthonburi University, Bangkok 10170

Received : May 18, 2021

Revised : June 17, 2021

Accepted : June 19, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1. ปัจจัยในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดระยอง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นผู้จดทะเบียนกับเทศบาลเมืองระยอง จำนวน 350 ราย เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามเป็นแบบมาตรฐานส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ การวิเคราะห์หาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสถิติ t-test ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดระยอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการเรียนรู้ ด้านแรงจูงใจ ด้านการตั้งเป้าหมาย และด้านการวางแผน ตามลำดับ

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยในการประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันมาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยรวมมีค่าอยู่ระหว่าง 0.209 ถึง 0.841 โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยในการประกอบการ (X) ด้านการตั้งเป้าหมาย (X₁) กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Y) ด้านลูกค้า (Y₂) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง (r_{X₁Y₂} = 0.841) รองลงมาได้แก่ ปัจจัยในการประกอบการ (X) ด้านภาวะผู้นำ (X₄) กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Y) ด้านกระบวนการภายใน (Y₃) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง (r_{X₄Y₃} = 0.718) และลำดับที่สาม ได้แก่ ปัจจัยในการประกอบการ (X) ด้านการเรียนรู้ (X₅) กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Y) ด้านลูกค้า (Y₂) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง (r_{X₅Y₂} = 0.697) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ความสำเร็จ, ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

*ยงยุทธ ศรีสวัสดิ์

ABSTRACT

The purpose of this research to study :

1. The factors on entrepreneurship of Entrepreneur for small and medium enterprises
2. The entrepreneurship success of entrepreneur for small and medium enterprises and
3. Factors related to the successful of small and medium enterprises in Rayong Province.

The data were collected from 178 Entrepreneur for small and medium enterprises who registered with Rayong municipality. Questionnaires were used in the study which analyzed by using statistical program of 5 level rating scale with significant level was rated at 0.97. The data were analyzed by statistics such as mean and standard deviation. The hypotheses were tested by pearson product moment correlation coefficient, and t-test. The result show that :

The successful of small and medium enterprises in Rayong province had overall opinion about factors on entrepreneurship at high level which can be ranked from the highest to the lowest as follows: the aspects of leadership, leaning, motivation, creative thinking, goal setting and planning respectively.

The successful of small and medium enterprises in Rayong province had overall opinion about the entrepreneurship success of entrepreneur for small and medium enterprises at high level in overall aspects which can be ranked from the lowest as follows: the aspects of Internal process , leaning and growth customer and financial respectively.

The result of relationship analysis demonstrated that factors on the entrepreneurship and the successful of entrepreneur for small and medium enterprises in Rayong province were comparatively related in high level between 0.209 to 0.841 with statistical significance at 0.01. The top three highest related pairs were as follow; factors on entrepreneurship (X) in the aspects of goal setting (X_1) and the entrepreneurship success (Y) in the aspects of

customer (Y_2) were comparatively related in high level ($r_{X_1Y_2} = 0.841$), factors on entrepreneurship (X) in the aspects of Leadership (X_4) and the entrepreneurship success (Y) in the aspects of Internal process (Y_3) were comparatively related in rather high level ($r_{X_4Y_3} = 0.718$), and factors on entrepreneurship (X) in the aspects of leaning (X_5) and the entrepreneurship success (Y) in the aspects of customer (Y_2) were comparatively related in high level ($r_{X_5Y_2} = 0.697$), respectively.

Keywords : Successful, Small and Medium Enterprises

1. บทนำ

ปัจจุบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก อันเป็นผลมาจากการเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 ส่งผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรมโดยเฉพาะอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ซึ่งครั้งหนึ่งรัฐบาลเคยเชื่อมั่นว่าจะเป็นหนทางที่จะนำพาประเทศไปสู่ความมั่งคั่งและการแข่งขันในระบบการค้าเสรีได้ แต่สภาพความเป็นจริงที่ปรากฏ คือ ธุรกิจขนาดใหญ่กลับเป็นผู้สร้างภาระหนี้สินและปัญหาสังคมให้กับประเทศ เพราะธุรกิจดังกล่าวส่วนใหญ่ไม่ได้ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มของสินค้า อีกทั้งต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศทั้งเรื่องเทคโนโลยี วัตถุดิบ ทำให้เห็นว่าการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมที่มีขนาดใหญ่เป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน ตรงกันข้ามกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลับสามารถต่อสู้กับวิกฤติที่เกิดขึ้น ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาทั้งภาครัฐและสถาบันการเงินต่าง ๆ กลับไม่ให้ความสนใจกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเท่าที่ควร หลังวิกฤติเศรษฐกิจดังกล่าว จึงทำให้รัฐบาลและภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเกิดความตระหนักและได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางด้านการเงิน ด้านภาษี และกฎระเบียบด้านเทคโนโลยี การฝึกอบรม การให้คำปรึกษาแนะนำ

การให้บริการข้อมูล รวมถึง การเชื่อมโยงให้เกิดพันธมิตรทางการค้า และที่สำคัญที่สุดคือ การพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรหรือยุคโลกาภิวัตน์มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นกลไกในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและเป็นการผลักดันการพัฒนาประเทศมุ่งไปสู่ความยั่งยืนอย่างแท้จริงต่อไป

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium Enterprises : SMEs) เป็นคำทางการที่ใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ประกอบด้วยกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งภาคการผลิตหรืออุตสาหกรรม การค้า การบริการ ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดใหญ่ของประเทศเปรียบเป็นหัวจักรขับเคลื่อนที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากเป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีจำนวนมากถึง 2,166,621 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 99.8 ของวิสาหกิจรวมทั้งของประเทศไทย โดยภาคการค้าปลีกมีมากที่สุดคือ 716,725 (ร้อยละ 33.2) ใกล้เคียงกับภาคบริการมีจำนวน 710,420 ราย (ร้อยละ 32.9) ในขณะที่ภาคการผลิตมีจำนวน 482,229 ราย (ร้อยละ 22.3) และภาคการค้าส่งมีจำนวน 134,776 ราย (ร้อยละ 6.2) และนอกจากนี้ยังมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่ระบุลักษณะของธุรกิจอีกเป็นจำนวนถึง 117,427 ราย (ร้อยละ 5.4) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) ซึ่งกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศ จึงทำให้เป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ แหล่งผลิตสินค้าเพื่อการบริโภคในประเทศและเพื่อการส่งออกนารายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังเป็นธุรกิจที่สร้างผู้ประกอบการรายใหม่ แหล่งฝึกฝนและพัฒนาทักษะของแรงงานเพื่อเชื่อมโยงกิจการขนาดใหญ่หรือธุรกิจประเภทอื่น ๆ ในระบบเศรษฐกิจต่อไปรวมความแล้วนับได้ว่าธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นเสมือนเฟืองตัวเล็ก ๆ เมื่อหมุนไปพร้อม ๆ กันก็จะเป็นพลังผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนในเครื่องจักรขนาดใหญ่ คือ ภาคเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศทั้งหมด รวมทั้งป้องกันการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจเกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม ซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม

ปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดระยอง ก็มีจำนวนมากเนื่องจากเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยว มีหลายกิจการกำลังประสบปัญหา อาทิเช่น ปัญหาการหาแหล่งเงินทุนไม่ได้ ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน การขาดสภาพคล่องด้านการเงิน ขาดการจัดทำแผนธุรกิจ ขาดทักษะในด้านการบริหารงานสมัยใหม่ ขาดการวางแผนการด้านการตลาด การเข้า-ออกของแรงงานมีสูง ขาดแรงงานที่มีฝีมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และกิจการ ข้ามชาติหรือร้านค้าปลีกรูปแบบใหม่ (Modern trade) ที่ขยายกิจการเป็นมินิมาร์ทเข้าไปในเขตชุมชนมากขึ้น เช่น เซเว่น-อีเวฟเว่น เทสโก้ - โลตส์ ร้าน 108 ซุป ฯลฯ ซึ่งทั้งหมดคือความท้าทายที่ผู้ประกอบการในเขตจังหวัดระยอง ต้องฝ่าฟันปัญหาอุปสรรคไปให้ได้เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ จากสภาพปัญหาดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดระยอง เพื่อผลวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญไปสู่การพัฒนาปรับปรุงและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อความสำเร็จในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดระยอง

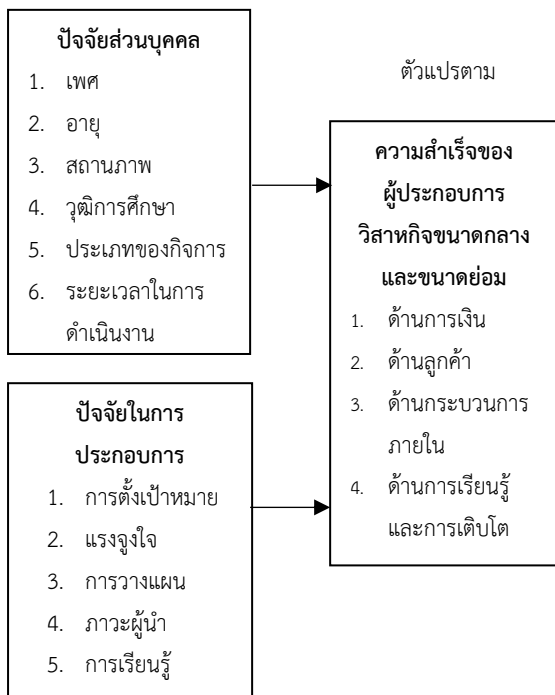
2.2 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยกับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดระยอง

3. สมมติฐานของการวิจัย

ปัจจัยในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันมาก กับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตจังหวัดระยอง

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 1 ภาพกรอบแนวคิดการวิจัย

5. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดระยอง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับวิจัย ดังนี้

5.1 ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ภาคอุตสาหกรรมหรือการผลิต ภาคธุรกิจค้าส่งค้าปลีก และภาคธุรกิจบริการ จำนวน 350 ราย (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง, 2562)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยคำนวณจากสูตรของ (Yamane, 1967) และใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน 186 คน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ วุฒิการศึกษา ประเภทของกิจการ ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง ได้แก่ การตั้งเป้าหมาย แรงจูงใจ การวางแผน ภาวะผู้นำ การเรียนรู้

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโต

5.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.3.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และประมวลดั้อยละ (Percentage)

5.3.2 ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องต่อปัจจัยในการประกอบการ และความสำเร็จในการประกอบการ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.3.3 การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยที่มีกลุ่มตัวอย่าง 1 กลุ่ม ใช้ one sample t-test 2 กลุ่ม ใช้ independent sample t-test ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไปใช้ one-way ANNOVA ส่วนการหาความสัมพันธ์ใช้ สหสัมพันธ์อย่างง่ายแบบเพียร์สัน

6. ผลการวิจัย

6.1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดระยอง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.40 มีอายุ 45 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 38.80 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 74.50

วุฒิการศึกษาสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.40 ประเภทของกิจการค้าส่งและค้าปลีก คิดเป็นร้อยละ 57.00 ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 10 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.50

6.2 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26, S.D = 0.26$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ภาวะผู้นำ การเรียนรู้ แรงจูงใจ การตั้งเป้าหมาย และการวางแผน ตามลำดับ

6.3 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17, S.D = 0.21$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และเติบโต ด้านลูกค้า และด้านการเงิน ตามลำดับ

6.4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยในการประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยรวมมีค่าอยู่ระหว่าง 0.209 ถึง 0.841 โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์กันสูงสุดสามอันดับแรก ได้แก่ ปัจจัยในการประกอบการ (X) ด้านการตั้งเป้าหมาย (X_1) กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Y) ด้านลูกค้า (Y_2) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันสูง ($r_{X_1Y_2} = 0.841$) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยในการประกอบการ (X) ด้านภาวะผู้นำ (X_4) กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Y) ด้านกระบวนการภายใน (Y_3) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง ($r_{X_4Y_3} = 0.718$) และลำดับที่สาม ได้แก่ ปัจจัยในการประกอบการ (X) ด้านการเรียนรู้ (X_5) กับความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Y) ด้านลูกค้า (Y_2) มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง ($r_{X_5Y_2} = 0.697$) ตามลำดับ

7. สรุปผลการวิจัย

พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยในการประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการเรียนรู้ ด้านแรงจูงใจ ด้านการตั้งเป้าหมาย และด้านการวางแผน ตามลำดับ ผลการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยในการประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยองมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันมากอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

8. อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ความสำเร็จในการประกอบการของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง ผู้วิจัยขออภิปรายผลตามข้อสรุป ดังนี้

8.1 ปัจจัยในการประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ด้านการตั้งเป้าหมายกับด้านลูกค้า มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง มีการตั้งเป้าหมายที่ลักษณะเฉพาะเจาะจง ไม่เลื่อนลอย และสามารถทำให้สำเร็จได้จริง อีกทั้งยังเป็นการตั้งเป้าหมายที่ท้าทาย เพื่อให้ทุกคนเกิดแรงจูงใจและความกระตือรือร้นในการทำงานให้สำเร็จ โดยทุกคนมีส่วนร่วมในการตั้งเป้าหมายร่วมกัน เพื่อให้รู้สึกเป็นส่วนหนึ่งในการทำงานให้สำเร็จ โดยเป้าหมายที่ตั้งขึ้นต้องสามารถวัดได้ทั้งปริมาณ จำนวน หรือคุณภาพ ทุกคนรู้จักเป้าหมายที่ตั้งไว้และหน้าที่ วิธีการ ขั้นตอน มีกรอบระยะเวลาที่แน่นอน มีการติดตาม ประเมินผลการดำเนินงานตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อยู่เสมอ อันส่งผลให้มีการสรรหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอด โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแนวใหม่ รวมทั้งมีการรักษาลูกค้าเดิมให้มีความจงรักภักดีต่อกิจการอยู่เสมอและมีอัตราส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจเพิ่มขึ้น เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับ

คู่แข่งสำคัญ ลูกค้าส่วนใหญ่แสดงความพอใจต่อสินค้าหรือบริการของกิจการและมีการร้องเรียนไม่มาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ณรงค์ศักดิ์ จันทน์วอล (2555) กล่าวว่า เป้าหมายคือ ทิศทางหรือจุดที่เราต้องการจะไปให้ถึง รวมทั้งเป็นสิ่งที่เราต้องการทำให้ประสบความสำเร็จ ทั้งยังสอดคล้องกับแนวความคิดของการตั้งเป้าหมาย คม สุวรรณ พิมล (2551) ได้กล่าวไว้ว่า นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและผู้ประสบความสำเร็จในด้านต่าง ๆ ทุกคนล้วนใช้เทคนิคด้านการตั้งเป้าหมายทั้งสิ้น โดยกระบวนการตั้งเป้าหมายช่วยให้ตัดสินใจอย่างถูกต้องว่าอะไรคือ สิ่งที่ต้องการจริง ๆ และยังช่วยให้มีวิสัยทัศน์และทำให้มีแรงกระตุ้นตลอดเวลา มีความสนใจที่จุดเดียว สามารถจัดการเวลาและทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ได้ผลลัพธ์ คือ การบรรลุเป้าหมายอย่างน่าอัศจรรย์ ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รวงรัชต์ บัณฑิตยารักษ์ (2547) ที่พบว่า การรู้จักเป้าหมายเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ ส่งผลให้บุคคลประสบความสำเร็จในสิ่งที่คาดหวังและตั้งใจ โดยในชีวิตของคนที่ได้รับความสำเร็จโดยทั่วไปจะต้องมีจุดมุ่งหมายต่าง ๆ ในชีวิต เพื่อก้าวไปหรือดำเนินการไปสู่จุดนั้น พร้อมทั้งยังเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมและเป็นตัวควบคุมบังคับให้พฤติกรรมเป็นไปตามนั้น เมื่อบุคคลมีความเข้าใจ และได้ฝึกการตั้งเป้าหมายที่เหมาะสมจะทำให้บุคคลมีความกระตือรือร้น ความตั้งใจที่จะทำงานให้ประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ และสอดคล้องกับแนวความคิดของแคปแลน, โรเบิร์ต เอส และนอร์ตัน, เดวิดพี. (2547) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ผู้บริหารส่วนมากนิยมใช้ดัชนีวัดผลทางการเงิน (Financial indicators) ที่เน้นตัวเงินจากงบดุลและงบกำไรขาดทุนเป็นหลักเท่านั้น แต่ในปัจจุบันมุมมองแนวทางการบริหารด้านประเมินองค์กรอันประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1. ด้านการเงิน 2. ด้านลูกค้า 3. ด้านกระบวนการภายใน 4. ด้านการเรียนรู้และเติบโต มีผลทำให้การประเมินความสำเร็จของกิจการครอบคลุมทุกด้าน

8.2 ปัจจัยในการประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ด้านภาวะผู้นำ กับด้านกระบวนการภายใน มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง

ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจาก ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยอง มีการรักษาคุณภาพ ยึดมั่นในศีลธรรมอันดีในการดำเนินธุรกิจ และสินค้า บริการมีคุณภาพ มีการแสดงออกซึ่งการรักษาหัวใจ ความเมตตา กรุณา โอบอ้อมอารีต่อผู้ได้บังคับบัญชา รวมทั้งมีพฤติกรรมที่แสดงออกซึ่งการมีวิสัยทัศน์ มองการณ์ไกล รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง เศรษฐกิจ และการเมือง มีการดำเนินธุรกิจ โดยคืนกำไรให้กับสังคม มีการให้ผู้บังคับบัญชา แสดงความสามารถหรือศักยภาพของตนเองอย่างเต็มที่ มีการคิดเชิงกลยุทธ์ใหม่ ๆ อยู่เสมอในการดำเนินธุรกิจ อันส่งผลให้มีกระบวนการด้านบริการหลังการขายจนลูกค้าประทับใจแล้วบอกต่อ มีอัตราการส่งมอบสินค้าตรงต่อเวลาจนได้รับความเชื่อถือจากลูกค้า มีการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ร้อยตระกูล อรรถมานะ (2553) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเป็นเรื่องของความสามารถและคุณลักษณะของบุคคลที่จะใช้อิทธิพลโน้มน้าว ชักจูง เปลี่ยนแปลงการกระทำของบุคคลและกลุ่มให้สามารถรวมพลังช่วยกันทำงานเพื่อให้วัตถุประสงค์ขององค์กรสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี และยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ รังสรรค์ ประเสริฐศรี (2551) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการที่มีภาวะผู้นำที่ดีมีบทบาทหน้าที่หรือมีลักษณะ ดังนี้ 1. ต้องเป็นตัวแทนที่ดีขององค์กรหรือหน่วยงานในสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งจะแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อสาธารณชน 2. การเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารข้อมูล ผู้นำควรมีความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีความสามารถในการพูด การฟัง การนำเสนอ งานหรือกิจกรรมต่าง ๆ มีการรับ และแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและมีการให้ข่าวหรือกระจายข่าวสู่ภายนอกด้วยวิธีต่าง ๆ 3. ต้องเป็นผู้เจรจาต่อรอง ผู้นำควรมีความสามารถในการเจรจาต่อรอง ทั้งกับผู้บริหาร ผู้บังคับบัญชาที่เหนือกว่าในการเจรจาขอเงินทุน หรือการสนับสนุนอื่น ๆ มีความสามารถในการต่อรองกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในองค์กร พนักงาน และเจรจากับหน่วยงานภายนอกในด้านการสนับสนุนหรือ

การอำนวยความสะดวกต่าง ๆ 4. ต้องเป็นผู้สอนงานหรือเป็นโค้ช เพื่อให้ผลการดำเนินงานของกลุ่มหรือของหน่วยงานดีขึ้นโดยสามารถกำกับดูแล จูงใจให้คำปรึกษาแนะนำและฝึกอบรมผู้อื่นได้ 5. การเป็นผู้ควบคุมและช่วยแก้ปัญหาต่าง ๆ โดยสามารถช่วยให้บริการผู้อื่นในการแก้ปัญหาในด้านต่าง ๆ

8.3 ปัจจัยในการประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ ด้านการเรียนรู้กับด้านลูกคามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้ สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจาก ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดระยองมีความสามารถในการคิดอย่างมีเหตุผลและเป็นระบบเพื่อประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ มีความกระตือรือร้นและความสนใจในการเรียนรู้ มีนิสัยรักการอ่านและค้นคว้าหาความรู้อยู่เสมอเมื่อมีโอกาส เพื่อนำความรู้มาดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ มีความสามารถตีความสิ่งที่อ่านได้อย่างครบถ้วน เพื่อนำความรู้มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ มีความสามารถสรุปประเด็นการเรียนรู้และประสบการณ์ด้วยตนเองได้อย่างถูกต้อง สามารถเลือกใช้วิธีการแสวงหาความรู้ ข้อมูลข่าวสารตามความเหมาะสมของเวลาและโอกาส อันส่งผลให้มีการสรรหาลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอด โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดแนวใหม่ รวมทั้งมีการรักษาลูกค้าเดิมให้มีความจงรักภักดีต่อกิจการอยู่เสมอและมีอัตราส่วนแบ่งการตลาดของธุรกิจเพิ่มขึ้น เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับคู่แข่งสำคัญ ลูกค้ายส่วนใหญ่แสดงความพอใจต่อสินค้าหรือบริการของกิจการและมีการร้องเรียนไม่มาก ซึ่งสอดคล้องกับความคิดของสุพล วังสินธุ์ (2553) กล่าวว่า บุคคลแห่งการเรียนรู้หมายถึง บุคคลที่มีการพัฒนาพฤติกรรมการเรียนรู้ให้ทันสมัยตลอดเวลาอยู่เสมอ มีความรู้ควบคุมคุณธรรม ใฝ่เรียน ใฝ่รู้ เป็นสมาชิกที่ดีของสังคม สามารถเผชิญกับสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อการอยู่รอดและอยู่ร่วมกันในโลกยุคโลกาภิวัตน์ได้อย่างมีความสุขและยังสอดคล้องกับแนวคิดของชาตรี ศิริสวัสดิ์ (2559) กล่าวว่าบุคคลแห่งการเรียนรู้ หมายถึง บุคคลที่มีหูตากว้าง ใฝ่หาการศึกษาอยู่เสมอ ตลอดจนมีการใฝ่รู้ ใฝ่พัฒนาตนเอง

ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้ในศาสตร์และศิลป์ในสาขาวิชาชีพของตนอย่างสม่ำเสมอ

9. ข้อเสนอแนะ

9.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้เกี่ยวกับปัจจัยในการประกอบการ โดยได้เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยต่ำสุดไปหามากที่สุด ดังต่อไปนี้

9.1.1 ด้านการวางแผน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรนำปัจจัยการวางแผนไปใช้ในการประกอบการเพื่อให้การดำเนินกิจการมีระบบ รวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ไม่สับสนวุ่นวาย “เปรียบเทียบเรือที่มีหางเสือ” ตลอดจนหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรมีการจัดอบรมหรือให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ โดยมีการจัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับการวางแผน เช่น การเขียนแผนธุรกิจ การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การวางแผนการเงิน เป็นต้น

9.1.2 ด้านการตั้งเป้าหมาย ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรจะนำปัจจัยการตั้งเป้าหมายไปใช้ในการดำเนินกิจการ เพื่อจะทำให้ผู้ประกอบการตัดสินใจอย่างถูกต้องว่าอะไรคือสิ่งที่ต้องการจริง ให้มีวิสัยทัศน์และมีแรงกระตุ้นตลอดเวลาสนใจไปที่เป้าหมายเพียงจุดเดียว เพราะจะสามารถจัดการเวลาและทรัพยากรที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมต่อไป

9.1.3 ด้านแรงจูงใจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรสร้างแรงจูงใจให้กับตัวเองและพนักงานด้วย โดยแต่ละคนอาจต้องการแรงจูงใจไม่เหมือนกัน ผู้ประกอบการก็ต้องเลือกแรงจูงใจให้เหมาะสมกับแต่ละคน จึงจะทำให้การทำงานไม่เกิดความเบื่อหน่ายหรือเป็นการบังคับให้ทำงานด้วยความไม่เต็มใจ อันจะส่งผลต่อผลิตผลที่ได้จากกระบวนการทำงาน ซึ่งแตกต่างจากการทำงานที่มีแรงจูงใจ ที่มีการทำงานอย่างกระฉับกระเฉง มีความตั้งใจ มุ่งมั่น มีความหวัง เพราะมองเห็นผลตอบแทนระยะยาวที่จะได้รับ เช่น เงินเดือน ค่าชมความเจริญก้าวหน้าในหน้าที่การงาน เกียรติยศชื่อเสียงต่าง ๆ

9.1.4 ด้านการเรียนรู้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรมีการแสวงหาความรู้ อยู่เสมอ เพราะในปัจจุบันเป็นยุคข้อมูลข่าวสารและโลกมีการเปลี่ยนแปลงเร็วมาก ประกอบการมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย ทำให้โลกไร้พรมแดนสามารถเชื่อมติดต่อกันได้อย่างสะดวก และมีการส่งเสริม สนับสนุนพนักงานให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ด้วย โดยมีการจัดสถานที่ให้มีความเอื้อต่อการแสวงหาความรู้ เช่น การจัดให้มีห้องสมุดในสถานที่ทำงาน จัดสถานที่ให้เป็นความเอื้อต่อการแสวงหาความรู้ เช่น การจัดให้มีห้องสมุดในสถานที่ทำงาน หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เพื่อให้พนักงานสามารถใช้เวลาร่วมให้เกิดประโยชน์

9.1.5 ด้านภาวะผู้นำ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีความรู้ ความสามารถ มีวิสัยทัศน์ สามารถโน้มน้าว ชักจูง หรือเปลี่ยนแปลง การกระทำของบุคคลหรือกลุ่มให้สามารถรวมพลังช่วยกันทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ อีกทั้งต้องเป็นตัวอย่างที่ดีกับผู้ใต้บังคับบัญชาด้วย ซึ่งผู้ประกอบการและผู้บริหารองค์กรต่าง ๆ ต้องมีความกล้า มีความเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ ที่คิดว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง เพื่อจะนำพาองค์กรนั้นเจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

9.2 ปัจจัยในการประกอบการดังกล่าวส่งผลให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำเร็จในการประกอบการทั้ง 4 ด้าน ซึ่งผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้เกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยต่ำสุดไปหามากที่สุด ดังต่อไปนี้

9.2.1 ด้านการเงิน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรมีการวางแผนเกี่ยวกับการเงิน การจัดทำงบประมาณ เพื่อให้สอดคล้องกับการเจริญเติบโตของกิจการและขยายส่วนครองตลาด ซึ่งจะทำให้กิจการมีกระแสเงินสดหมุนเวียนเพียงพอกับการดำเนินกิจการ ซึ่งจะส่งผลทำให้กิจการมีการบริหารเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

9.2.2 ด้านลูกค้า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรมีการศึกษาพฤติกรรม

ของลูกค้า ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการรู้ว่าลูกค้าเป้าหมายคือใคร ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าอะไร ซื้อเมื่อไร ที่ไหนอย่างไร เพื่อจะหาสินค้าหรือบริการที่ดีและสอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อจะนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

9.2.3 ด้านการเรียนรู้และเติบโต ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรมีการอบรมพนักงานต่อป้อย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะความสามารถด้านระบบสารสนเทศเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้งานทำได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ และจัดสิ่งแวดล้อมในการทำงานได้ถูกสุขลักษณะ ตลอดจนได้ค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เหมาะสมเพื่อให้พนักงานมีความรักในองค์กร อันจะส่งผลให้กิจการมีความเจริญก้าวหน้าตามไปด้วย

9.2.4 ด้านกระบวนการภายใน ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรจัดให้มีฝ่ายวิจัยและพัฒนาสินค้าเพื่อให้มีการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ รวมทั้งในการบริหารจัดการก็ต้องมีกฎระเบียบ ขั้นตอนการทำงานที่แน่นอน เพื่อให้การทำงานเป็นระบบ มีผู้รับผิดชอบในการทำงาน มีสายการบังคับบัญชาที่ไม่ซับซ้อน

9.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรจะทำ การวิจัยในทำนองเดียวกัน โดยการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จหรือผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

10. เอกสารอ้างอิง

- คม สุวรรณพิมล. (2551). การบรรลุเป้าหมาย. กรุงเทพฯ: ยูเรก้า.
- แคปแลน, โรเบิร์ต เอส และนอร์ตัน, เดวิด พี. (2547). Balanced scorecard กับ การเน้นกลยุทธ์. แปลโดยพิพัฒน์ ก้องกิจกุล. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

ชาตรี ศิริสวัสดิ์ (2559, เมษายน – มิถุนายน). รูปแบบการพัฒนาความรู้ เจตคติ และการปฏิบัติงานของเกษตรกรกลุ่มผู้ปลูกข้าวหอมมะลิด้วยปุ๋ยอินทรีย์ โดยความร่วมมือของสำนักงานสภาเกษตรกรและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารวิจัยและพัฒนา*, 4, (36), หน้า 91-102

ณรงค์ศักดิ์ จันทน์นวล. (2555). การตั้งเป้าหมาย:

เอกสารประกอบการฝึกอบรมทักษะชีวิต 2

ประจำปีการศึกษา 2546. เชียงใหม่:

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2551). *ภาวะผู้นำ*. กรุงเทพฯ:

ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

รวงรัชต์ บัณฑิตยารักษ์. (2547). **ความสัมพันธ์ระหว่าง**

การรับรู้การทำหน้าที่ของครอบครัว

อัตมโนทัศน์ และตั้งเป้าหมายกับผลสัมฤทธิ์

ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา

ปีที่ 6. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตร

มหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สร้อยตระกูล อรรถมานะ. (2553). **พฤติกรรมองค์กร:**

ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

(2562). **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาด**

กลางและขนาดย่อม ปี 2562. กรุงเทพฯ:

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

สุพล วังสินธุ์. (2555). การพัฒนาโรงเรียนทั้งระบบเพื่อ

การปฏิรูปการเรียนรู้. *วารสารประกันคุณภาพ*,

1, (2), หน้า 12-14.

สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง. (2562). **ข้อมูล**

ธุรกิจ. ค้นเมื่อ ตุลาคม 1, 2562, จาก

<http://rayong.industry.go.th/th/contact-us>

Taro Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis.* (3rd Ed). Newyork. Harper and Row publications.