

การพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเลย*

Strategy Development to Promote Small and Medium Enterprises in Loei Province

เดช วัฒนาวิตยานุกูล, ปานฤทัย พุทธทองศรี, สุภาวดี สำราญ และชัยพฤกษ์ หงษ์สัดดาพร
Dech Wattanawittayanukul, Panruethai Putthongsri, Supawadee Sumran
and Chaiyapruet Hongladdaporn
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
Loei Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, E-mail: dech2332@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และความต้องการในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลย 2) พัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดเลย 3) นำนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดเลยสู่การปฏิบัติ และประเมินผลการใช้ยุทธศาสตร์กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้แทนจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเลย โดยเป็นการวิจัยและพัฒนา ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสนทนากลุ่ม การประชุมระดมความคิดเห็น และการลงมือปฏิบัติจริง การวิเคราะห์ข้อมูลมีสองส่วน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน จำนวนผู้ประกอบการ SMEs ใน จ.เลย จำนวน 1,440 ราย สภาพปัญหาที่พบ คือ ขาดช่องทางการตลาด ขาดเงินทุนหมุนเวียน เข้าถึงแหล่งเงินทุนยาก ขาดองค์ความรู้ และการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการการส่งเสริมด้านการตลาด การเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยเฉพาะแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ และการส่งเสริมด้านองค์ความรู้การบริหารจัดการ

*ได้รับบทความ: 1 มีนาคม 2565; แก้ไขบทความ: 9 พฤษภาคม 2565; ตอรับตีพิมพ์: 27 มิถุนายน 2565
Received: March 1, 2022; Revised: May 9, 2022; Accepted: June 27, 2022



2. ผลการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย โดยผ่านกระบวนการทำประชาคมและผ่านการวิพากษ์ในเวทีวิพากษ์ยุทธศาสตร์ ได้วิสัยทัศน์ (Vision) คือ “SMEs จังหวัดเลย เป็นผู้นำการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ประสานงาน ส่งเสริม สนับสนุนต่อยอดภูมิปัญญา และเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการให้มั่นคง ก้าวหน้าสู่สากล” ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ 4 พันธกิจ 4 เป้าประสงค์ 5 กลยุทธ์ 45 โครงการ และ 50 ตัวชี้วัด

3. ผลการนำยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลยสู่การปฏิบัติ และประเมินผลการใช้ยุทธศาสตร์ จำนวน 4 โครงการ มีความพึงพอใจมากที่สุดในทุกด้าน ทุกโครงการ

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม; การพัฒนายุทธศาสตร์; วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

This research is intended to 1) study current conditions, problems, and the wishes and needs for the promotion of small and medium enterprises in Loei Province. 2) develop strategies to promote small and medium enterprises in Loei Province, and 3) implement the strategy for promoting small and medium enterprises in Loei Province and evaluate the results of the implementation of the strategy. Participants of this research included representatives of SMEs, and associated agencies in Loei Province. The research method which I utilized was the Participatory Action Research method (PAR). The research instruments used include in-depth interviews, group discussions, brainstorming meetings, and collaborative action. The analysis of the data gathered included two parts consisting of the analysis of the number data, frequency, mean, and standard deviation as well as that of the qualitative data intended for the analysis of the content.

The results revealed that:

1. Current conditions show that there are 1,440 SME entrepreneurs in Loei Province. The problems that they are facing are the lack of accessibility to the marketing channel, the lack of working capital, the difficulty in accessing sources of capital, and the lack of knowledge in management. The SME entrepreneurs wish for the promotion of the market, accessibility to sources of capital especially those which provide low-interest capital, and the promotion of education in management.



2. Results of the development of the strategy to promote SMEs in Loei Province, which were analysed by and received contributions from the civil society forum, consist of the vision "Loei Province SMEs are leaders in the development of business competition, coordination, and promotion of education as well as linking up entrepreneurs so that they can achieve success and step forward into the world market", 4 strategies, 4 missions, 4 goals, 5 tactics, 45 projects, and 50 indicators.

3. Results of the implementation of the strategic development to promote SMEs in Loei Province and the evaluation of the implementation of the strategy, which includes 4 projects, were satisfactory in every single instance.

Keywords: Strategy for promoting small and medium enterprises; Development of strategy; Small and medium enterprises

1. บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SMEs) มีความสำคัญในการช่วยพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย เนื่องจากก่อให้เกิดการกระจายรายได้จากกลุ่มผู้ประกอบการไปสู่กลุ่มคนต่างๆ ก่อให้เกิดการจ้างงาน ทำให้ประชาชนมีรายได้ ส่งผลให้โครงสร้างของเศรษฐกิจและสังคมดีขึ้น

ปัจจุบันประเทศไทยมีกฎหมายเฉพาะสำหรับธุรกิจขนาดกลางและย่อม ประกาศใช้อย่างเป็นทางการ เรียกว่า พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 โดยวิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ 1) กิจการผลิตสินค้าที่มีการจ้างงานจำนวนเกินกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่า 100 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 500 ล้านบาท 2) กิจการค้าปลีก กิจการค้าส่ง กิจการการให้บริการ ที่มีการจ้างงานจำนวนเกินกว่า 30 คน แต่ไม่เกิน 100 คน หรือมีรายได้

ต่อปีเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 300 ล้านบาท วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ 1) กิจการผลิตสินค้าที่มีการจ้างงานจำนวนไม่เกิน 50 คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท 2) กิจการค้าปลีก กิจการการค้าส่ง กิจการการบริการ ที่มีการจ้างงานจำนวนไม่เกิน 30 คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 50 ล้านบาท (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543, 2563) ปัญหาหลักของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย มี 3 ด้านคือ 1) ด้านการตลาด โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ด้วยการรับรองระบบคุณภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ และแบบออนไลน์ 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และ 3) ด้านการให้องค์ความรู้ (ไชยวัฒน์ หาญสมวงศ์, 2561)

จังหวัดเลย มีผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้จดทะเบียนแล้ว จำนวน 1,440 ราย โดยเป็นสมาชิกหอการค้า จำนวน 251 ราย



(สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเลย, 2563) จากการลงพื้นที่โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลยจำนวน 22 ราย ได้ทราบความต้องการในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมว่าควรสร้างยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยจึงได้ร่วมกับภาคีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้แทนหอการค้าจังหวัดเลย ผู้แทนสมาคมพ่อค้าจังหวัดเลย ผู้แทนพาณิชย์จังหวัดเลย ผู้แทนอุตสาหกรรมจังหวัดเลย ผู้แทนสภาการท่องเที่ยวจังหวัดเลย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย สาขาจังหวัดเลย (SME D Bank) ร่วมกันพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลยเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาและส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลย นำไปสู่การสร้างการแข่งขันของเศรษฐกิจในจังหวัดเลยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาและความต้องการในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลย
2. เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย
3. เพื่อนำยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลยสู่การปฏิบัติ และประเมินผลการใช้ยุทธศาสตร์

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R & D) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และการประชุมระดมความคิดเห็น (Brainstorming) รวมทั้งการลงมือปฏิบัติ (Action learning) มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างโดยมีกลุ่มเป้าหมายตามวิธีการวิจัย ได้แก่ กลุ่มเป้าหมายสัมภาษณ์เชิงลึก ประกอบด้วย ผู้แทนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในจังหวัดเลยเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลยจำนวน 22 คน กลุ่มเป้าหมายสนทนากลุ่ม ได้แก่ ผู้แทนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เกี่ยวกับความต้องการในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลยจำนวน 8 คน กลุ่มเป้าหมายประชุมระดมความคิดเห็นประกอบด้วย ผู้แทนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อประชุมการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลย จำนวน 35 คน กลุ่มเป้าหมายการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติประกอบด้วย ผู้แทนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการค้าปลีก ด้านการค้าส่งและด้านการบริการในพื้นที่จังหวัดเลย



จำนวน 40 ราย และกลุ่มเป้าหมายประเมินยุทธศาสตร์ประกอบด้วย ผู้แทนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการค้าปลีก ด้านการค้าส่ง ด้านการบริการ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 40 ราย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และความต้องการในการส่งเสริมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลย 2) พัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย โดยกำหนดเนื้อหาให้ครอบคลุม 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการผลิตสินค้า ด้านการค้าปลีก ด้านการค้าส่ง ด้านการบริการ 3) นำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน 4) ประเมินผลการใช้ยุทธศาสตร์โดยประเมิน ผลผลิต (Output) และความสำเร็จของโครงการ (Outcome)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพปัญหาการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลย แบบสนทนากลุ่มเกี่ยวกับความต้องการในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลย การประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลย การนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติและการประเมินการใช้ยุทธศาสตร์

4. การดำเนินการวิจัย ดำเนินการอย่างต่อเนื่องแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มเป้าหมายเพื่อทราบ

สภาพปัจจุบัน สภาพปัญหาของ SMEs ในจังหวัดเลย จัดการสนทนากลุ่ม เพื่อทราบความต้องการในการส่งเสริม SMEs ในจังหวัดเลย ขั้นตอนที่ 2 จัดการประชุมระดมความคิดเห็น โดยวิเคราะห์ศักยภาพของ SMEs ในจังหวัดเลย ด้วยเทคนิค SWOT วิเคราะห์ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ด้วยเทคนิค 4Ms Man, Money, Material, Management และเทคนิค STEP Social, Technology, Economic, Political ตามลำดับ แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์ศักยภาพ SMEs ในจังหวัดเลย มากำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และพันธกิจ (Mission) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ตัวชี้วัด กลยุทธ์และโครงการ จากนั้นจึงจัดทำยุทธศาสตร์ฉบับร่าง จัดเวทีวิพากษ์ยุทธศาสตร์แล้วทำการตรวจสอบยุทธศาสตร์ ขั้นตอนที่ 3 ดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการในการนำยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลยสู่การปฏิบัติเพื่อคัดเลือกโครงการนำไปปฏิบัติจริงแล้วดำเนินโครงการที่ผ่านการคัดเลือกของคณะกรรมการในการนำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์เป็นเวลารวม 1 ไตรมาส ทำการประเมินผลการใช้ยุทธศาสตร์ และจัดทำยุทธศาสตร์ส่งเสริมการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลยเพื่อเผยแพร่ต่อไป

5. การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ในเบื้องต้นไปพร้อมๆ กับการเก็บข้อมูล ในแต่ละครั้งที่ทำการเก็บข้อมูล บันทึกข้อมูลอย่างละเอียดแล้วนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท



และตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องครบถ้วนสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ (Content analysis) อธิบาย ตีความ สรุปแล้วจึงนำเสนอรายงานผลการวิจัยแบบบรรยาย ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพปัญหา และความต้องการจังหวัดเลยมีผู้ประกอบการที่ได้ขึ้นทะเบียนแล้วจำนวน 1,440 ราย (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเลย, 2563) กลุ่มธุรกิจมีความหลากหลายทั้งในด้านขนาดและประเภทของธุรกิจ ในจำนวนนี้ได้เป็นสมาชิกหอการค้าจังหวัดเลย 251 ราย เป็นผู้ประกอบการขนาดกลาง จำนวน 64 ราย และขนาดย่อมจำนวน 187 ราย ผลการศึกษาสภาพปัญหา SMEs ขาดความสามารถทักษะและความรู้ด้านการตลาด ขาดช่องทางการตลาด จึงทำให้การตลาดทำได้ยาก มีค่าใช้จ่ายสูง ขาดเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ส่วนด้านการบริหารจัดการ SMEs ส่วนมากจุดเริ่มต้นมาจากธุรกิจครอบครัว เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงโดยการลองผิดลองดี จึงมักจะขาดความรู้วิชาการในด้านการบริหารงาน หรือการจัดการที่มีระบบ ผลการศึกษาความต้องการ SMEs ต้องการให้มีการส่งเสริมพัฒนาองค์ความรู้

ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจของ SMEs จากองค์ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในการยกระดับสินค้าและบริการ เพิ่มโอกาสทางการตลาด ส่งเสริมให้มีการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ให้มีการค้ำประกันสินเชื่อให้ SMEs การจัดทำบัญชีที่ได้มาตรฐานการลดขั้นตอนการขอสินเชื่อให้มีการปรึกษาและเตรียมความพร้อมแก่ SMEs

2. ผลการพัฒนายุทธศาสตร์ จากผลการวิจัยการพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย ผ่านกระบวนการทำประชาคมและผ่านการวิพากษ์ในเวทีวิพากษ์ยุทธศาสตร์ ได้วิสัยทัศน์ (Vision) คือ “SMEs จังหวัดเลย เป็นผู้นำการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ประสานงาน ส่งเสริม สนับสนุนต่อยอดภูมิปัญญา และเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการให้มั่งคั่ง ก้าวหน้าสู่สากล” มี 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ 4 พันธกิจ 4 เป้าประสงค์ 5 กลยุทธ์ 45 โครงการ และ 50 ตัวชี้วัด ประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ รายเก่า รายย่อย รายใหญ่ มี 2 กลยุทธ์ 14 โครงการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมสนับสนุนต่อยอดภูมิปัญญา สู่อุตสาหกรรมและบริการ มี 1 กลยุทธ์ 12 โครงการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ประสานงานและเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการให้มั่งคั่ง มี 1 กลยุทธ์ 10 โครงการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา SMEs จังหวัดเลย สู่สากล มี 1 กลยุทธ์ 9 โครงการ

3. ผลการนำยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลยสู่การปฏิบัติ



และประเมินผลการใช้ยุทธศาสตร์ พบว่า โครงการสร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ระหว่าง 4.29-4.94 โดยมีความพึงพอใจด้านวิทยากรมากที่สุด ที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.94 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.12 โครงการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์ (สินค้า) มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ระหว่าง 4.89-4.97 โดยมีความพึงพอใจด้านวิทยากรและด้านความสามารถในการนำความรู้ไปเผยแพร่ต่อมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.97 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.17 โครงการเชื่อมโยงการเข้าสู่แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการกับสถาบันการเงิน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ระหว่าง 4.88-4.96 โดยมีความพึงพอใจด้านวิทยากรมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.96 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.20 โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับสินค้าสู่สากล มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ระหว่าง 4.89-4.97 โดยมีความพึงพอใจด้านวิทยากรมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.97 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.17

5. อภิปรายผลการวิจัย

จังหวัดเลย มีผู้ประกอบการรวมกว่า 11,000 ราย และได้ขึ้นทะเบียนแล้วจำนวน 1,440 ราย (สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเลย, 2563) กลุ่มธุรกิจมีความหลากหลายทั้งในด้านขนาด และประเภทของธุรกิจ ในจำนวนนี้ได้เป็นสมาชิกหอการค้าจังหวัดเลย 251 ราย โดยผู้ประกอบการทั้งด้านการผลิต ค้าปลีก ค้าส่ง และบริการ มักใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อนเนื่องจากการลงทุนไม่สูงนัก

และใช้ความรู้ประสบการณ์ของตน ในการดำเนินการทั้งสินค้าและบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2559) ซึ่งพบว่าผู้ประกอบการมักไม่ใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อนรวมถึงการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ จะอาศัยความชำนาญเฉพาะด้านในการดำเนินกิจการ

การศึกษาสภาพปัญหา SMEs ขาดความสามารถทักษะและความรู้ด้านการตลาด ขาดช่องทางการตลาด จึงทำให้การตลาดทำได้ยาก มีค่าใช้จ่ายสูง ขาดเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีการทำบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ ทำให้บางส่วนต้องพึ่งพาเงินกู้ที่ไม่อยู่ในระบบ และต้องจ่ายดอกเบี้ยสูงกว่าอัตราที่กฎหมายกำหนด ส่วนด้านการบริหารจัดการ SMEs ส่วนมากจุดเริ่มต้นมาจากธุรกิจครอบครัว เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงโดยการลองผิดลองดี จึงมักจะขาดความรู้วิชาการ ในด้านการบริหารงานหรือการจัดการที่มีระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2559) ได้ศึกษาปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในด้านต่างๆ ซึ่งพบว่าปัญหาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีหลายด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด ปัญหาด้านขาดแคลนเงินทุน ปัญหาข้อจำกัดด้านองค์ความรู้ในการบริหารจัดการ

การศึกษาสภาพความต้องการ SMEs ต้องการให้มีการส่งเสริมพัฒนาองค์ความรู้ในด้านต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจของ SMEs



จากองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับผู้ประกอบการ SMEs ในการยกระดับสินค้าและบริการ เช่น ส่งเสริมสนับสนุนช่องทางและให้ความรู้ด้านการตลาด จัดหาวิธีการหรือแหล่งกระจายสินค้าหรือบริการที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับ SMEs ส่งเสริมให้มีการเข้าถึงแหล่งเงินทุนดอกเบี้ยต่ำ ให้มีการค้าประกันสินเชื่อให้ SMEs การจัดทำบัญชีที่ได้มาตรฐานการลดขั้นตอนการขอสินเชื่อ ให้มีที่ปรึกษาและเตรียมความพร้อมแก่ SMEs จำเป็นต้องสร้างยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเลยขึ้นมา ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาด้านยุทธศาสตร์ของเตชิต ตรีชัย (2559) ได้สรุปไว้ว่ายุทธศาสตร์ คือ แผนกระบวนนโยบาย ทิศทางที่องค์กรตัดสินใจเลือกเพื่อนำพาองค์กรไปสู่อนาคตภายใต้การบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเหมาะสม

การพัฒนายุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย โดยผ่านกระบวนการทำประชาคมและผ่านการวิพากษ์ในเวทีวิพากษ์ยุทธศาสตร์ ได้วิสัยทัศน์ (Vision) คือ “SMEs จังหวัดเลย เป็นผู้นำการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน ประสานงาน ส่งเสริม สนับสนุน ต่อยอดภูมิปัญญา เชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการให้มั่งคั่ง ก้าวหน้าสู่สากล” ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ รายเก่า รายย่อย รายใหญ่ มี 2 กลยุทธ์ 14 โครงการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมสนับสนุนต่อยอดภูมิปัญญา ผู้สินค้าและบริการมี 1 กลยุทธ์ 12 โครงการ ประเด็น

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ประสานงานและเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการให้มั่งคั่ง มี 1 กลยุทธ์ 10 โครงการ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา SMEs จังหวัดเลยสู่สากล มี 1 กลยุทธ์ 9 โครงการ สอดคล้องกันกับแผนส่งเสริม SMEs พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งมีวิสัยทัศน์ว่า “SMEs ไทยเติบโต แข็งแรงได้ในระดับสากล เพื่อเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ” ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 “ยกระดับขีดความสามารถในการประกอบการธุรกิจของ SMEs ให้มีประสิทธิภาพพร้อมเข้าสู่การแข่งขันอย่างมืออาชีพ” เป็นการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุน SMEs ในด้านการศึกษา ค่าปรึกษาแนะนำ การสนับสนุนเงินทุนเพื่อสร้างและพัฒนา SMEs ให้มีความรู้ที่เพียงพอในการประกอบธุรกิจ มีทักษะการบริหารจัดการธุรกิจที่ดี รู้จักการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีความรู้และเข้าใจการทฤษฎีที่ทันสมัยสถานการณ์ เพื่อสามารถแข่งขันได้ในบริบทที่ระบบเศรษฐกิจมีความเชื่อมโยงและแข่งขันกันมากขึ้น

การนำยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย ไปปฏิบัติ และประเมินผลการใช้ยุทธศาสตร์ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ รายเก่า รายย่อย รายใหญ่ ได้นำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติจำนวน 1 โครงการ คือ “โครงการสร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านระบบออนไลน์” สอดคล้องกันกับแนวทางการศึกษาของธนา สวัสดิ์ (2561) ที่กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมการตลาด 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และการ



ส่งเสริมการตลาด (Promotion) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมสนับสนุนต่อยอดภูมิปัญญาสู่สินค้าและบริการ ได้นำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติจำนวน 1 โครงการ คือ “โครงการส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์ (สินค้า)” สอดคล้องกับแก่น ชูวงศ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สร้างคุณค่าเพิ่ม มีปัจจัยสู่ความสำเร็จ 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจ การแสวงหาสารสนเทศและความรู้ 2) สร้างเครือข่ายกับผู้จัดจำหน่ายวัตถุดิบและผู้ประกอบการด้วยกัน 3) การเข้าใจความต้องการ แนวโน้มและรสนิยมของลูกค้า 4) การพัฒนาและเผยแพร่ตราสินค้า 5) การพัฒนาตลาดใหม่ๆ 6) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการดำเนินธุรกิจประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ประสานงานและเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการให้มั่งคั่งได้นำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติจำนวน 1 โครงการ คือ “โครงการเชื่อมโยงการเข้าสู่แหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการกับสถาบันการเงิน” สอดคล้องกับปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าปัญหาในการดำเนินธุรกิจส่วนมากเกิดจากหาเรื่องสภาพคล่องของเงินทุนหมุนเวียน ซึ่งมาตรการรัฐบาลในการให้ความช่วยเหลือเรื่องอัตราดอกเบี้ยเงินกู้และวงเงินค้ำประกัน สามารถช่วยเหลือธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการลดภาระด้านวงเงินค้ำประกันได้ แต่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการที่มีอย่างต่อเนื่องประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนา SMEs จังหวัดเลย

สู่สากล ได้นำยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติจำนวน 1 โครงการ คือ “โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการยกระดับสินค้าสู่สากล” สอดคล้องกับบุญชัย ณะสิทธิชัย (2556) ได้ศึกษาเรื่องโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมกับการนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (คพอ.) มีการนำความรู้ที่ได้รับจากการฝึกอบรมมาประยุกต์ใช้กับการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก

6. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะด้านนโยบาย

ข้อค้นพบจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่ายุทธศาสตร์ที่ได้สามารถส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลยได้จริง ควรนำยุทธศาสตร์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย ใช้กำหนดเป็นนโยบาย แนวทางการปฏิบัติในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย และใช้ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอื่นๆ ด้วย

2. ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ

ผลการศึกษาจากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า ในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ยุทธศาสตร์เป็นเครื่องมือในการกำหนดทิศทาง นโยบาย มีแผนงานการดำเนินการภายใต้ยุทธศาสตร์อย่างจริงจังและมีการติดตามผลอย่าง



ต่อเนื่องเป็นรูปธรรม

3. ข้อเสนอแนะด้านการปฏิบัติ

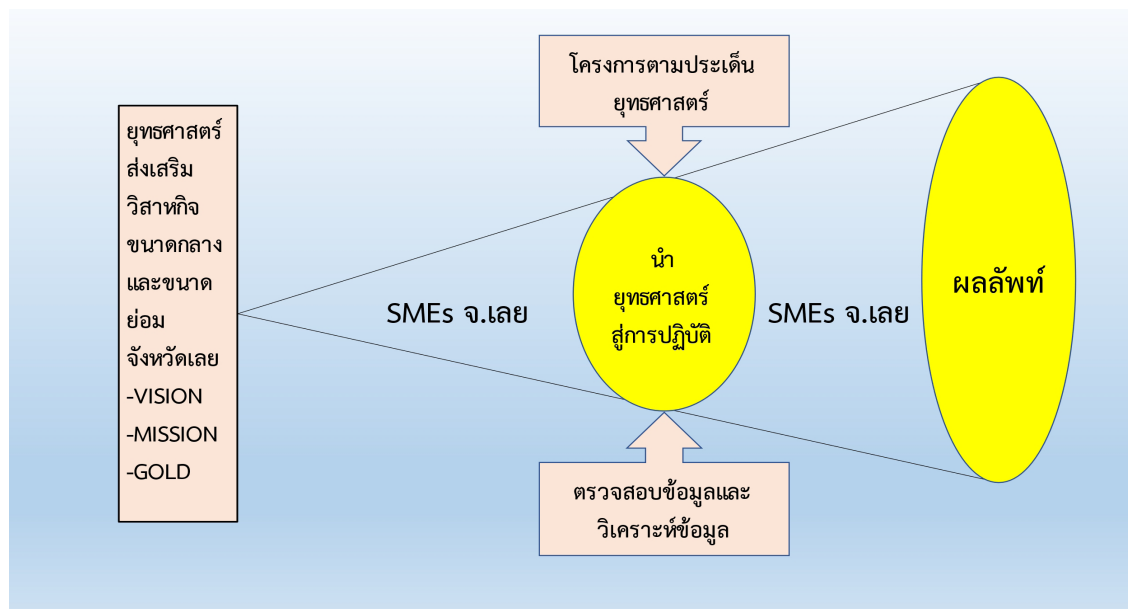
ผลการศึกษาจากการวิจัยในครั้งนี้ ได้ยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในจังหวัดอื่นๆ ได้

4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรนำยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลยไปพัฒนาต่อยอดเพื่อใช้ในจังหวัดอื่นๆ ต่อไป

7. องค์ความรู้ที่ได้รับ

การนำยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่การปฏิบัติโดยการดำเนินโครงการตามประเด็นยุทธศาสตร์แล้ววิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการอธิบาย ที่ความ สรุปลแล้ว จึงนำเสนอรายงานผลการวิจัยแบบบรรยาย ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติความถี่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อย่างมีประสิทธิภาพให้สามารถขับเคลื่อนจนได้ผลลัพธ์ที่บรรลุวัตถุประสงค์



ภาพที่ 1 โมเดลการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดเลย

เอกสารอ้างอิง

- แก่น ขวรงค์. (2559). การศึกษาการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สร้างคุณค่าเพิ่ม. เข้าถึงได้จาก <http://www.ejournals.swu.ac.th>
- ไชยวัฒน์ หาญสมวงศ์. (2561). สภาเอสเอ็มอี เตรียมตั้ง SMEs Smart province เป้าพัฒนาแบรนด์ 1 ล้านราย ใน 10 ปี. เข้าถึงได้จาก <https://mgronline.com/smes/detail/9610000119100>



- เตจิต ตรีชัย. (2559). *ยุทธศาสตร์คืออะไร*. เข้าถึงได้จาก <http://oknation.nationtv.tv/blog/nakamonTH/2016/09/25/entry-1>
- ธนา สวัสดิ์. (2561). *ส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อรถยนต์มือสองของประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ*. (ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- บุญชัย ธนะสิทธิชัย. (2556). *โครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมกับการนำไปใช้ในการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)*. เข้าถึงได้จาก <http://www.thapra.lib.su.ac.th>
- ปฐมพร ทรงสุโรจน์. (2559). *การศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs*. เข้าถึงได้จาก <http://www.ethesisarchive.library.tu.ac.th>
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543. (2563, 7 มกราคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 137 ตอนที่ 1 ก, หน้า 1-2.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2559). *การศึกษาศักยภาพในการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจ (SMEs) เพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้ากรณีศึกษา: จังหวัดสงขลา*. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเลย. (2563). *แผนพัฒนาจังหวัดเลย 4 ปี*. เข้าถึงได้จาก <https://www.industry.go.th>

