



สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

PROBLEMS OF BUSINESS OPERATIONS AND NEEDS FOR GOVERNMENT
SUPPORTS AMONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF GEMSTONES IN
CHANTHABURI PROVINCE

คามิน อาแว

มหาวิทยาลัยบูรพา

2560

สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลาง
และขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี



คามิน อาแว

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา

PROBLEMS OF BUSINESS OPERATIONS AND NEEDS FOR GOVERNMENT
SUPPORTS AMONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF GEMSTONES IN
CHANTHABURI PROVINCE



KAMIN AWAE

AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR THE MASTER OF PUBLIC ADMINISTRATION
IN PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT
GRADUATE SCHOOL OF PUBLIC ADMINISTRATION
BURAPHA UNIVERSITY

2017

COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบงานนิพนธ์ได้พิจารณางาน
นิพนธ์ของ คามิน อาเว ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรรัฐ
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร. อุษณากร ทาวะรัมย์)

คณะกรรมการสอบงานนิพนธ์

..... ประธาน

(อาจารย์ ดร. สุนิ หงษ์วิเศษ)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนวัฒน์ พิมลจินดา)

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร. อุษณากร ทาวะรัมย์)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจอนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีวิทยาลัยการ

บริหารรัฐกิจ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อานนท์ วงษ์แก้ว)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

59930019: กลุ่มวิชา: การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน; รป.ม. (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน)

คำสำคัญ: สภาพปัญหาการดำเนินงาน, ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ

คามิน อาเว: สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี (PROBLEMS OF BUSINESS OPERATIONS AND NEEDS FOR GOVERNMENT SUPPORTS AMONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF GEMSTONES IN CHANTHABURI PROVINCE) คณะกรรมการควบคุมงานนิพนธ์: อุษณกร ทาวะรัมย์ ปี พ.ศ. 2560

การวิจัยเรื่อง “สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี” มีวัตถุประสงค์ คือ ศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ และเพื่อศึกษาความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี จำนวน 5 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี มีปัญหาด้านการตลาดมากที่สุด (จำนวน 5 คน) เกิดปัญหาจากการที่ผู้ประกอบการไม่มีการวิเคราะห์แผนธุรกิจการตลาด ทำให้ไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ขององค์กรคืออะไร ทั้งนี้ ผู้ประกอบการมีผลกระทบที่เกิดจากสภาวะเศรษฐกิจการเมืองของประเทศที่ไม่คงที่ ทำให้ผลกำไรลดลง และคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศมีขีดความสามารถสูงกว่าในการนำเทคโนโลยีมาใช้มากกว่า ทำให้ลูกค้าของผู้ประกอบการในจังหวัดจันทบุรีลดน้อยลง เป็นต้น ทั้งนี้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี มีความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนในด้านการบริหารจัดการมากที่สุด (จำนวน 5 คน) ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาเป็นแกนนำในการติดต่อค้าขายในตลาดต่างประเทศอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการมีช่องทางการค้าขายเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ภาครัฐต้องเข้ามาเป็นตัวประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความคล่องตัวมากขึ้น และในพื้นที่ภาครัฐควรมีการส่งเสริมให้มีการจัดงานริมน้ำจันทบูรควบคู่กับกับสินค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดจันทบุรี

59930019: CONCENTRATION: PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT; M.P.A. (PUBLIC AND PRIVATE MANAGEMENT)

KEYWORDS: PROBLEMS OF BUSINESS OPERATIONS, NEEDS FOR GOVERNMENT SUPPORTS

KAMIN AWAE: PROBLEMS OF BUSINESS OPERATIONS AND NEEDS FOR GOVERNMENT SUPPORTS AMONG SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES OF GEMSTONES IN CHANTHABURI PROVINCE. ADVISORY COMMITTEE: AUSANAKORN TAVAROM 2017

The purposes of this qualitative study were to examine problems of business operations and needs for government supports among small and medium enterprises of gemstones in Chanthaburi Province. To collect the data, an in-depth interview technique was used. The key informants comprised 5 entrepreneurs of small and medium enterprises of gemstones in Chanthaburi Province. The instrument used to collect the data was an interview form. A content analysis technique was used to analyze the collected data.

The results of the study revealed that the entrepreneurs of small and medium enterprises of gemstones in Chanthaburi Province rated their problem in business operations in terms of marketing at the highest level. This was due to the fact that there were no analyses of business plans among these subjects, resulting in being unable to realize what the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of the business were. Also, it was because of the instability of the current economic conditions in Thailand, leading to the decrease of incomes. In addition, the competitors of these subjects both in Thailand and abroad appeared to be more competent in incorporating the use of advanced technology, causing the reduction of these subjects' customers. Regarding the needs for government supports, these entrepreneurs wanted at a high level for the government to be a key sector in business administration. Also, they wanted the government to play an active role in operating business abroad in order to create an equal opportunity for all entrepreneurs to do their businesses. The government should take a role of a mediator, communicating both in and outside the organizations. This might result in a better opportunity for these entrepreneurs' businesses. Finally, the government sector in Chanthaburi Province should help to organize a local fair for gemstones in a community called Rim Nam Chantaboon. Not only will this activity promote tourism, but also it will facilitate better economy in Chanthaburi Province.

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี” สำเร็จได้เนื่องจากผู้ศึกษาได้รับความอนุเคราะห์และช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก ดร. อุษณกร ทาวะรัมย์ ที่ปรึกษางานนิพนธ์ ซึ่งท่านได้สละเวลาในการให้คำปรึกษาแนะนำข้อคิดเห็นต่าง ๆ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องด้วยความละเอียดถี่ถ้วนอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง พร้อมทั้งคณาจารย์ในวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจทุกท่านที่ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้กับผู้ศึกษา ตลอดระยะเวลาที่ได้เข้ารับการศึกษ ผู้ศึกษารู้ซาบซึ้งในความกรุณาและขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

การศึกษานี้จะสำเร็จลงไม่ได้หากไม่ได้คำแนะนำจาก ดร.ณัฐพล ชมแสง ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิทยาเขตจันทบุรี ดร. ลือชัย วงษ์ทอง อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ ดร.รชฎจันทร์น้อย อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ และที่ขาดไม่ได้คือ ความร่วมมือจากผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ในการตอบแบบสัมภาษณ์ทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และได้ผลการศึกษาเพื่อไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผน และพัฒนาความรู้ความเข้าใจในด้านการทำธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ด้านอัญมณี ผู้ศึกษาขอขอบคุณเป็นอย่างสูง

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้าที่ให้การสนับสนุนการศึกษาพร้อมทั้งเป็นกำลังใจอันสำคัญยิ่งตลอดมา และเพื่อนนิสิตร่วมร่วมหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน รุ่น 11-1 ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือเสมอมา

คามิน อาแว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฉุ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์การวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตการวิจัย.....	4
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	8
แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงาน	8
แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม	16
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ	18
แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).....	20
นโยบายเกี่ยวกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี	37

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี	38
ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี	40
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	50
ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	50
การสร้างเครื่องมือการวิจัย	50
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53
การตรวจสอบข้อมูล	53
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
บทที่ 4 ผลการวิจัย	55
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	55
ตอนที่ 2 ลักษณะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี	56
ตอนที่ 3 สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี	65
ตอนที่ 4 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัด จันทบุรี	70
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผล.....	73
สรุปผลการวิจัย	73
อภิปรายผลการวิจัย	76
ข้อเสนอแนะ.....	79
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	84
ประวัติย่อของผู้วิจัย	88

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 สรุปปัจจัยในการบริหารของนักวิชาการต่าง ๆ	15
ตารางที่ 2 สรุปแนวคิดความต้องการ	19
ตารางที่ 3 จำนวนแรงงานและสินทรัพย์ถาวรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเภทกิจการ.....	26
ตารางที่ 4 จากการทบทวนปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ผู้วิจัยสรุปปัจจัยในการบริหารของแต่ละแนวคิดได้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)	35
ตารางที่ 5 สรุปผลการศึกษาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ SMEs.....	47
ตารางที่ 6 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ.....	56

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	5
ภาพที่ 2 โครงสร้างกระบวนการทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี	59
ภาพที่ 3 วิวัฒนาการการขุดเหมืองพลอยโดยใช้แรงงานคนในสมัยก่อนและการใช้เครื่องจักรในปัจจุบัน	59
ภาพที่ 4 เครื่องมือวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี	61
ภาพที่ 5 ลักษณะการประกอบธุรกิจ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี	64
ภาพที่ 6 พ่อค้าชาวอัฟริกาที่นำพลอยก้อนมาขายในตลาดพลอย ถนนศรีจันทร์ จังหวัดจันทบุรี	65
ภาพที่ 7 วิธีการโกนพลอยและเจียรไนพลอยโดยใช้ฝีมือแรงงาน ที่ประณีตโดยอาศัยทักษะของบุคคล.....	66
ภาพที่ 8 วิธีการทำพลอยโดยใช้เครื่องจักรจะได้ในจำนวนมาก แต่ไม่มีความละเอียดเพราะใช้ระบบควบคุม	66

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จังหวัดจันทบุรีมีชื่อเสียงด้านการเจียรระไนพลอย การเผาพลอยเพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งเป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบกับปัจจุบันจังหวัดจันทบุรีเป็นศูนย์กลางซื้อขายอัญมณีที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและในภูมิภาคอาเซียน โดยกำหนดให้อัญมณีและเครื่องประดับปรากฏอยู่ในคำขวัญประจำจังหวัดและกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าประสงค์ เพื่อให้จันทบุรีเป็นศูนย์กลางอัญมณีและเครื่องประดับของโลกโดยเสนอยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย

- 1) จัดตั้งสถาบันอัญมณีศาสตร์เพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์และทักษะฝีมือ รวมทั้งการรับรองคุณภาพ
- 2) ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการอัญมณี ประกอบด้วยศูนย์แสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Gems Pavilion) พิพิธภัณฑ์อัญมณี (Gems Museum) ศูนย์ซื้อขายแลกเปลี่ยนอัญมณี (Gems Exchange) ห้องปฏิบัติการด้านอัญมณี (Gems Bank) และธนาคาร หรือศูนย์รับฝากอัญมณี (Gems Bank) เพื่อขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์อัญมณีของจังหวัดจันทบุรี ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับนั้นเป็นธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง มีการเจริญเติบโตสูงทำกำไรและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าสูง ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ มีการจ้างงาน ในระบบเศรษฐกิจกว่า 900,000 คน แต่ประเทศไทยนั้นมีระบบการบริหารจัดการระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่ยังไม่เชื่อมโยงกัน ซึ่งในจังหวัดจันทบุรีผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับค่อนข้างมีการผูกขาดระหว่างองค์กรกับภาครัฐ เนื่องจากส่วนมากจะเป็นธุรกิจที่สืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เพราะผู้คนในพื้นที่ค่อนข้างอยู่กันแบบสงบและมีจำนวนน้อยที่มีการทำธุรกิจหรือมีโรงงานใหญ่ แต่ผู้คนส่วนมากมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย อยู่แบบหาเช้ากินค่ำ โดยใช้ความรู้ในด้านการสืบต่อในด้านการค้าอัญมณีเพื่อหารายได้เลี้ยงครอบครัวจากการได้เปรียบด้านพื้นที่ทรัพยากรวัตถุดิบ แต่นั่นก็เป็นปัญหาที่ทำให้จังหวัดจันทบุรียังไม่มีการพัฒนาด้านธุรกิจเกี่ยวกับอัญมณี ทั้งที่มีความได้เปรียบหลายด้าน เช่น เป็นศูนย์กลางในภูมิภาคอาเซียน ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน มีวัตถุดิบแร่รัตนชาติที่เป็นที่รู้จัก

ปัจจุบันสถานะเศรษฐกิจค่อนข้างฝืด แต่ภาครัฐก็มีนโยบายในการส่งเสริมเห็นชอบให้จังหวัดจันทบุรีเป็นศูนย์กลางค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกมีมาตรการสนับสนุน ดังนี้ 1) มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ยกเว้นอากรขาเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับใน 71 จำนวน 32 ประเภทย่อย เช่น เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณเครื่องทองหรือเครื่องเงิน เครื่องประดับที่ทำด้วยไข่มุก เป็นต้น 2) มาตรการเพิ่มขีด

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เช่น มาตรการทางภาษี ให้ผู้ประกอบการสามารถหักรายจ่ายได้ สองเท่าสำหรับรายจ่ายประเภทเงินเดือนและค่าจ้างของแรงงานที่เป็นช่างเครื่องประดับ เป็นเวลาสามารถระยะเวลาบัญชี โดยช่างเครื่องประดับจะต้องจดทะเบียนกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ซึ่งจะเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการจ้างแรงงาน ที่มีทักษะฝีมือเพื่อเป็นการอนุรักษ์การผลิตที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของไทย มาตรการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และกรมส่งเสริมธุรกิจ จะกำหนดมาตรการเพื่อจัดทำและพัฒนามาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งการกำหนดตราสัญลักษณ์กลางที่ใช้ รับประกันคุณภาพ และการจัดการออกแบบเครื่องประดับนานาชาติ มาตรการยกระดับฝีมือแรงงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณี และเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กรมส่งเสริมธุรกิจ และกรมพัฒนาฝีมือแรงงานจะกำหนดมาตรการเพื่อพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตจากผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศ ไปสู่ผู้ผลิตรายย่อย การจัดตั้งโรงเรียนเฉพาะทางเพื่อส่งเสริมและพัฒนาช่างศิลป์ และการพัฒนาทายาทช่างฝีมือเพื่ออนุรักษ์การผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย และมาตรการทางการเงิน ขยายระยะเวลาดำเนินมาตรการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถยื่นขอสินเชื่อ หรือจนกว่าวงเงินที่กำหนดไว้จะถูกจัดสรรหมด แล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งถึงก่อน และธนาคารออมสินเบิกจ่ายสินเชื่อ หรือจนกว่าวงเงินที่กำหนดไว้จะถูกจัดสรรหมด แล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งถึงก่อน และธนาคารออมสินเบิกจ่ายสินเชื่อให้ 3) มาตรการส่งเสริมด้านการตลาด ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพ การประชาสัมพันธ์แหล่งการท่องเที่ยว ในย่านการค้าที่สำคัญ เช่น แหล่งการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ ศูนย์กลางการค้าพลอยสี ย่านถนนศรีจันทร์ ในจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น การจัดแสดงสินค้าในงาน Thailand Grand Sale รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีคุณภาพให้แก่นักท่องเที่ยวบนสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในสายการบิน เป็นต้น เพื่อสนับสนุนให้อัญมณีและเครื่องประดับไทยเป็นที่รู้จัก และมีการซื้อขายเพิ่มมากขึ้น (กระทรวงการคลัง, 2560)

จากนโยบายภาครัฐข้างต้น ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs มีการเข้าถึงหรือไม่ เนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบันการทำธุรกิจอัญมณีของผู้ประกอบการยังมีปัญหาหลายด้าน เช่น ปัญหาการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สถานการณ์และปัญหาของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของภาครัฐ

ปัญหาทางด้านการตลาด และ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (2559)

ซึ่งปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs นั้น เฉพาะในกลุ่มอัญมณีนั้น ได้มีการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของ สุชีรา แยมเกตุ (2555) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี มี 5 ปัญหา คือ 1) ปัญหาการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน 2) ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน 3) ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของภาครัฐ 4) ปัญหาทางด้านการตลาด และ 5) ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ และ 5 ปัญหานี้ ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนอย่างไรซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการศึกษางานวิจัยต่อไป

คำถามการวิจัย

1. สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี
2. ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

สนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของ SME กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นแนวทางแก้ไข ปัญหา เพื่อให้ภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนและช่วยเหลือปัญหาจากการเรียกร้องของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต จำหน่าย พัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับตัวให้อยู่รอด สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิต

ผลิตภัณฑ์ จนเป็นที่ยอมรับและต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจเติบโตมากขึ้นเป็นอุตสาหกรรมที่ยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต

ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหาการศึกษาในครั้งนี้ถึงสภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคน (Man) 2) ด้านเงิน (Money) 3) ด้านวัสดุ (Material) 4) ด้านการบริหารจัดการ (Management)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากรที่ศึกษา

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) คือ ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จำนวน 1 คน ต่อ 1 บริษัท เป็นการลงพื้นที่สัมภาษณ์จำนวน 11 บริษัท ที่จดทะเบียนการค้าทั้งหมดในจังหวัดจันทบุรี ซึ่งยังไม่ทราบข้อมูลของผู้ประกอบการที่ยกเลิกกิจการ ณ ปัจจุบัน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ดำเนินการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลในช่วงเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2560-สิงหาคม พ.ศ. 2561

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยเรื่อง สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ (SMEs) กลุ่มอัญมณี จากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และได้ทบทวนงานวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการอัญมณี คือ 1) ความสามารถในการแข่งขัน 2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน 3) การเข้าถึงการบริการของภาครัฐ 4) ด้านการตลาด และ 5) ด้านผลิตภัณฑ์ และได้้นำแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหาร 4M ของ สมคิด บางโม (2542, หน้า 7 อ้างถึงในสริน อินสว่าง, 2556) ประกอบด้วย 1) ด้านคน (Man) 2) ด้านเงิน (Money) 3) ด้านวัสดุ (Material) 4) ด้านการบริหารจัดการ (Management) เพื่อนำมาวิเคราะห์สภาพปัญหาการดำเนินงาน และให้ทราบถึงความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง สิ่งที่เป็นอุปสรรคขัดขวางการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ไม่ให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษา ใน 5 ปัญหา ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขัน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การเข้าถึงบริการของภาครัฐ ด้านการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ปัญหาความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง การประกอบธุรกิจที่มีขีดความสามารถที่จำกัด เนื่องจากเป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีการบริหารกิจการที่ไม่เป็นระบบ ไม่มีงบประมาณในการซื้อเทคโนโลยี เพื่อสร้างนวัตกรรมในการพัฒนาการผลิต ขาดแรงงานที่มีศักยภาพมาดำเนินธุรกิจ และขาดความช่วยเหลือจากภาครัฐในการเข้ามาส่งเสริมเพราะธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่เข้าถึงได้ยากซึ่งแตกต่างจากธุรกิจขนาดใหญ่ที่เปิดกว้างและมีช่องทางติดต่อได้หลากหลาย

ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน หมายถึง การประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนเป็นเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากไม่มีการบัญชีอย่างเป็นทางการ

ระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูง

ปัญหาการเข้าถึงบริการของภาครัฐ หมายถึง ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานของภาครัฐ ในการสนับสนุน ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการ ที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงินโอนฯ ขนาดเงินทุนและการจ้างงาน เพื่อจูงใจให้ธุรกิจขนาดกลางและย่อมได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

ปัญหาด้านการตลาด หมายถึง กิจการมีปัญหาในด้านการเติบโตของการขาย หรือกำไรเริ่มหดหาย ซึ่งเกิดจากไม่มีการจัดทำแผนการตลาดหรือกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ขาดการวิเคราะห์คู่แข่ง หรือการวิเคราะห์อุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้ขาดการเก็บข้อมูลวิจัยทางการตลาด ซึ่งอาจทำให้ขาดความคงเส้นคงวา ไม่สามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เนื่องจากขาดทักษะในการขาย ภาพลักษณ์ไม่โดดเด่น ส่งเสริมการตลาดไม่เหมาะสม เป็นต้น

ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าที่ไม่สามารถตอบสนองความจำเป็นของลูกค้าในตลาดเป้าหมายได้ เนื่องจากสินค้าขาดการพัฒนาในรูปแบบสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ทำให้สินค้าไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้สินค้าไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้สินค้าขาดคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า การกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ หมายถึง สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรีต้องการเพื่อนำมาพัฒนาในการดำเนินงาน ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และเพื่อบรรเทาปัญหาของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน และช่วยพยุง กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ดำรงอยู่รอดพ้นจากวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งมีแนวทางดำเนินการ คือปรับปรุงเพิ่มเติมในจุดที่มีปัญหาในองค์กรของผู้ประกอบการ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ความต้องการสนับสนุนด้านคนจากภาครัฐ ความต้องการสนับสนุนด้านเงินทุนจากภาครัฐ ความต้องการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์จากภาครัฐ และความต้องการสนับสนุนด้านการบริหารจัดการภาครัฐ เป็นต้น

ความต้องการสนับสนุนด้านคนจากภาครัฐ หมายถึง ต้องการให้จัดอบรมบุคลากรแรงงานฝีมือ เพื่อเผยแพร่เทคนิคต่าง ๆ ในกระบวนการการทำงานฝีมือเพื่อพัฒนาฝีมือแรงงาน

ความต้องการสนับสนุนด้านเงินทุนจากภาครัฐ หมายถึง ต้องการให้ภาครัฐจัดองค์กร เพื่อสนับสนุน เงินทุนสำรองในการประกอบธุรกิจ (SMEs) ในกระบวนการด้าน เทคโนโลยี นวัตกรรม การพัฒนาการผลิต เทคโนโลยีสารสนเทศ และการตลาด เป็นต้น

ความต้องการสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์จากภาครัฐ หมายถึง ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาให้ความรู้ในการนำเทคโนโลยีมาผลิตวัสดุที่มีอยู่ให้เกิดผลผลิตที่ให้จำนวนมากกว่าเดิม

ความต้องการสนับสนุนด้านการบริหารจัดการภาครัฐ หมายถึง ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนส่งเสริม (SMEs) ของตลาดในประเทศ และต่างประเทศโดยสอดคล้องกับหลักนโยบายของภาครัฐให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อการเติบโตของเศรษฐกิจ



บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี และผู้วิจัยได้นำผลจากการทบทวนวรรณกรรมมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงาน
2. แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ
4. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
5. นโยบายเกี่ยวกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี
6. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี
7. ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงาน

1. ความหมายของการบริหารงาน

Freeman (1992, p. 3 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 16) กล่าวว่าการบริหารหมายถึง กระบวนการวางแผนในการจัดการองค์การและการควบคุมการทำงานของสมาชิกองค์การและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

Drucker (1998, p. 163 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 16) กล่าวว่าการบริหารหมายถึง ศิลปะในการทำงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกับผู้อื่น การทำงานต่าง ๆ ให้ลุล่วงไปโดยอาศัยทรัพยากรด้านบุคคลเป็นหลักขององค์การที่เข้ามาร่วมกันทำงาน ซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุอื่นๆ เช่น เครื่องจักร อุปกรณ์ วัตถุดิบ เงินทุน เป็นต้น รวมทั้งข้อมูลสนเทศต่าง ๆ เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ ออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้กับสังคม

Bartol and Martin (1997, p. 163 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 16) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กระบวนการที่ทำให้เป้าหมายขององค์กรประสบความสำเร็จโดยการวางแผน การจัดองค์กร โดยการใช้ภาวะผู้นำและการควบคุม

Herbert (1947, p. 3 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 16) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง การทำงานของคณะตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมมือกันปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ร่วมกัน

Newman and Charles (1964, p. 9 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 17) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง เป็นกระบวนการ ทางสังคมที่ประกอบด้วยชุดของกิจกรรม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายและกิจกรรมต่าง ๆ นั้นมักจะเกี่ยวข้องกับการติดต่อสัมพันธ์

เกษม จันทรแก้ว (2540, หน้า 512-514 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 11-12) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง ศิลปะการนำวัตถุประสงค์สู่ระบบด้วยระบบกระบวนการผลิตจนได้ผลผลิตตามที่กำหนดไว้ การบริหารจึงเป็นการดำเนินการให้ทุกโครงการทำหน้าที่สัมพันธ์กันและทำให้เกิดการผสมผสานกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้บริหารที่วางแผนบริหาร และผู้บริหารมีหน้าที่อำนาจการ (Directing) ตามอำนาจหน้าที่จากหน่วยงาน (Organizing) ที่เป็นผู้รับผิดชอบควบคุม (Controlling) ในการนำแผนงาน (Planning) ที่ได้กำหนดไว้แล้วไปดำเนินการร่วมกับทรัพยากร (Assembling Resource) ทำให้การผลิตหรือการใช้ปัจจัยการบริหาร ได้แก่ คน งบประมาณ เครื่องมือ อุปกรณ์ สวัสดิการ ฯลฯ เป็นต้น และก่อให้เกิดผลผลิตขั้นสุดท้าย สรุปได้ว่า การบริหารเป็นการดำเนินการที่ผู้บริหารมีหน้าที่ในการสั่งการในการบริหาร จัดการควบคุมและนำแผนที่กำหนดไว้ไปดำเนินการให้แล้วเสร็จ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2545, หน้า 18-19 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 12-14) ได้รวบรวมความหมายของคำว่า การบริหาร (Administration) จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนดนโยบาย ที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูงเป็นคำนิยามใช้ในการบริหารรัฐกิจ (Public administration) หรือใช้ในหน่วยงานราชการและคำว่า ผู้บริหาร (Administrator) จึงหมายถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐหรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร

Schermerhorn (1999, p. 2 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 15) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การสั่งการ (Leading/ Directing) และการควบคุม (Controlling) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ โดยตรงกับ ทรัพยากรขององค์กร (6M's) เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญใน การบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลครบถ้วน

2. องค์ประกอบของการบริหารงาน

นักวิชาการด้านการจัดการ ไม่นิยมให้คำจำกัดความการจัดการหรือการบริหาร เนื่องจากมีขอบข่ายและความหมายเกินกว่าจะนิยามด้วยประโยคสั้น ๆ เพียงไม่กี่ประโยคได้ คำนิยามที่นักวิชาการในสมัยก่อนนิยาม ได้แก่ความหมายขององค์ประกอบ บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปมาร่วมแรงร่วมใจกันปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน โดยดูว่ากิจกรรมใดบ้างที่เข้าข่ายลักษณะงามตามภารกิจของการจัดการ อย่างไรก็ตามนักวิชาการด้านการจัดการในปัจจุบันมีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าควรให้คำนิยามความหมายของการจัดการหรือการบริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางร่วมกันในการอธิบายขอบข่ายของลักษณะการจัดการ แม้จะไม่สามารถอธิบายได้ครอบคลุม หรืออธิบายได้เพียงบางส่วนเท่านั้นก็ตาม ก็เป็นสิ่งที่ควรกระทำเพื่อให้เกิดความกระจ่างชัดเจนขึ้น

Fayol (1916 อ้างถึงใน ชลเขตต์ หิรัญพิศ, 2557, หน้า 12) ที่เห็นว่าหน้าที่การจัดการประกอบด้วย POCCC ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดการองค์การ (Organizing) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และ การควบคุม (Controlling)

Gulick and Urwick (1937 อ้างถึงใน ชลเขตต์ หิรัญพิศ, 2557, หน้า 12) เห็นว่ากระบวนการจัดการประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงานผล (Reporting) และ การงบประมาณ (Budgeting) ซึ่งนิยม เรียกว่า POCD CORB

สมคิด บางโม (2542, หน้า 7 อ้างถึงใน รสริน อินสว่าง, 2556) เห็นว่ากระบวนการจัดการใช้สองคำนี้ ปะปนกันตลอดไปตามความเหมาะสมจึงจำเป็นที่จะต้องใช้ความรู้ทั้งที่เป็นศาสตร์และศิลปะเพื่อเอาทรัพยากรมารวมกันแล้วอำนวยการให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการปัจจัยในการบริหาร มีองค์ประกอบที่สำคัญดังต่อไปนี้ คือ (1) คน (Man) เป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารงาน หน่วยงานหรือองค์การต่าง ๆ จำเป็นต้องมีคนที่ปฏิบัติงาน ผลงานที่ดีจะออกมาได้ต้องประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อองค์การหรือหน่วยงานนั้น ๆ (2) เงิน (Money) หน่วยงานจำเป็นที่จะต้องมีงบประมาณเพื่อการบริหารงานหากขาดงบประมาณ การบริหารงานของหน่วยงานก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมาย (3) ทรัพยากรหรือวัตถุดิบ (Material) การบริหารจำเป็นต้องมีวัสดุอุปกรณ์หรือทรัพยากรในการบริหาร หากหน่วยงานขาดวัสดุอุปกรณ์หรือทรัพยากรในการบริหารแล้วก็ย่อมจะเป็นอุปสรรค หรือก็ให้เกิดปัญหาในการบริหารงาน (4) การบริหารจัดการ (Management) เป็นภารกิจของผู้บริหาร คือเป็นกลไกและตัวประสานที่สำคัญที่สุดในการประมวลผลึกตันและกำกับปัจจัยต่าง ๆ ทั้งสามประการให้สามารถดำเนินไปได้โดยมีประสิทธิภาพจนบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานตามที่ต้องการ

3. ปัจจัยที่ทำให้การบริหารงานประสบความสำเร็จ

สุรชัย ภัทรบรรเจิด (2552) ได้ให้ปัจจัยที่ทำให้การบริหารประสบความสำเร็จไว้ว่า ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องไม่สะทกสะท้านกับปัญหาอุปสรรคใด ๆ ที่จะเกิดขึ้นมีแต่ความตั้งใจ แน่วแน่และต้องทำให้ได้แม้จะเหน็ดเหนื่อยทำงานหนักและมีความผูกพันกับงานที่ทำเพื่อให้เกิดความสำเร็จ จากการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีหลายประการประกอบกัน ผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการอาจจะไม่จำเป็นจะต้องมีให้ครบทุกข้อ ยกเว้นข้อที่จำเป็นบางข้อที่ควรจะมี ดังนั้นขอให้พิจารณาตนเองว่า ขาดข้อใดบ้าง เห็นสมควรที่จะพัฒนาให้เกิดขึ้นกับตนเองก็จะเป็นประโยชน์ คุณลักษณะดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ธุรกิจกับความเสี่ยง เป็นของกลุ่มกันผู้ที่เป็นผู้ประกอบการชอบทำงานที่ท้าทายความรู้ ความสามารถของตนเอง และจะไม่มี ความภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่มีความเป็นไปหรือไม่มีความเสี่ยง และจะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป แต่ชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลางคือ มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว ความเสี่ยงระดับนี้ได้มีการประเมินแล้วว่า ไม่เกินความสามารถที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ โดยจำเป็นต้องหาทางเลือกไว้หลายทาง เช่น การลงทุนธุรกิจ จำเป็นจะใช้เวลาศึกษาวางแผนการตลาด เลือกกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ เงินลงทุน หลักการบริหารพร้อมทั้งคำนวณผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนโยบายของรัฐ โดยศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วค่อยตัดสินใจและพร้อมที่จะเผชิญกับปัญหา โดยมีการประเมินความเป็นไปได้เป็นอย่างดีแล้ว

2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ (Need for achievement) ผู้ประกอบการจะมุ่งมั่นใช้พลังงาน ความคิดสติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนักทุ่มเทให้กับการงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้ โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก และยังคงต่อสู้ต่อไป พร้อมจะทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับการงาน เกิดการเรียนรู้ถึงความผิดพลาดจากที่ผ่านมา เพื่อแก้ไขไปสู่ความสำเร็จ พอใจภูมิใจที่งานออกมาดีเด่น จุดมุ่งหมายทางธุรกิจมิได้อยู่ที่ทำการใด แต่จะทำการขยายความเจริญเติบโตของกิจการ ถ้าอะไรเป็นเพียงเรื่องสะท้อนว่าจะทำได้ และไม่เพียงสนใจที่ผลบรรลุเป้าหมาย แต่สนใจวิธีการของขบวนการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายด้วย

3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity thinking) เมื่อผู้ประกอบการต้องการประสบความสำเร็จ ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่พอใจที่จะทำในสิ่งซ้ำ ๆ เหมือนแบบดั้งเดิม แต่เป็นผู้ที่ขอเอาประสบการณ์ที่ผ่านมานำมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิม นำมาใช้กับการบริหารธุรกิจ เป็นผู้เข้าถึงปัญหาแล้วหาทางแก้ไข หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มี

อยู่เดิม กล่าวใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใคร กล่าวประดิษฐ์ค้นคว้าสิ่งแปลกใหม่เข้าสู่ตลาด และเกือบทุกครั้งของความแตกต่างนั้นทำให้ได้ผลสำเร็จเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังกล้าคิดค้นประดิษฐ์เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิต นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ พร้อมทั้งแสวงหาวัตถุดิบใหม่ ๆ มาทดแทนปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน นำระบบการจัดการสมัยใหม่ให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิต ความคิดสร้างสรรค์นี้อาจคิดขึ้นมาเอง หรือเอาแนวคิดมาจากนักประดิษฐ์ นักวิจัยผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษามาก็ได้

4. รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย (Addict to goals) เมื่อการตั้งเป้าหมาย มีการวาดภาพจินตนาการไปถึงความสำเร็จ และจะต้องทำอย่างไรถ้าล้มเหลว หาสาเหตุว่าเกิดจากอะไร และจะแก้ไขอย่างไร ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการจะต้องทุ่มเททุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เป้าหมายนั้นล้วนแต่เป็นการเอาชนะทั้งนั้น มีความคิดผูกพันที่จะเอาชนะ จนสามารถวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรคที่อาจขัดขวางในการไปสู่เป้าหมาย เตรียมป้องกันที่จะเอาชนะปัญหาอุปสรรคที่คาดว่าจะทำให้เกิดการล้มเหลว แต่ขณะเดียวกันมองโลกในแง่ดี มีความหวัง มุ่งมั่นต่อเป้าหมายของความสำเร็จจนมองเห็นอนาคต

5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น (Ability to motivate) ผู้ประกอบการที่ดีนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ความสามารถในการทำงานสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงาน และเต็มใจปฏิบัติงานตามที่วางไว้ สามารถโน้มน้าวใจผู้ให้เงินทุน เช่น ธนาคาร ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ให้คล้อยตามและยินดีให้การสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน เป็นต้น

6. ยืนหยัดต่อสู้อุปสรรค (Hard working) เมื่อพิจารณารอบคอบแล้วตั้งเป้าหมายจะต้องพยายามทำงานหนัก ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรค ถูกกดดันอย่างใหญ่หลวงก็ไม่สามารถหยุดยั้งได้ ขอเพียงใฝ่งานที่รับผิดชอบสำเร็จเท่านั้น

7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน (Learning from experience) เป็นการมองผลงานในอดีตที่เคยทำผิดพลาด นำมาเป็นบทเรียนสะท้อนไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการทำงาน ให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม โดยมองเหตุการณ์ต่าง ๆ ว่าเป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้ในการทำงาน บางครั้งแม้ว่าจะไม่สามารถทำได้สำเร็จ ก็จะหยุดคิดเพื่อหาวิธีใหม่ ๆ มาแก้ไขปัญหา ไม่มู่ทะลุขีดมันกับแผนเดิมแล้วทำไม่ได้ ผู้ประกอบการจะต้องยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานจนทำได้สำเร็จ และฟังความคิดเห็นของผู้รู้ผู้แนะนำ

8. มีความเป็นผู้นำที่ดี (Leadership capability) มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการ บริหารงานจัดการที่ดี เมื่อต้องทำงานร่วมกับบุคลากรหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไปตาม ระยะเวลาเติบโตของกิจการ ซึ่งลักษณะของความเป็นผู้นำก็ย่อมแตกต่างกันไปด้วย โดยเฉพาะระยะ เริ่มทำธุรกิจ จะต้องรับบทเป็นผู้นำ ที่ลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง ทำงานหนัก เพื่อให้บรรลุ ความสำเร็จเอาใจใส่ผู้ร่วมงาน วางแนวทางการทำงาน พร้อมให้คำแนะนำ ผู้ร่วมงานรับคำสั่งด้วย ความเต็มใจปฏิบัติ เป็นผู้กำกับดูแลอย่างใกล้ชิด และเป็นกันเอง ผลงานดำเนินไปด้วยดี ต่อมา กิจการเติบโตขึ้น การบริหารงานก็เปลี่ยนแปลงไป ลูกน้องมีการเปลี่ยนแปลงและเชื่อมั่น ได้มากขึ้น ใฝ่ใจและแบ่งความรับผิดชอบให้ลูกน้องมากขึ้น จนถึงปล่อยให้ดำเนินการเอง ส่วนตนเองจะได้มี เวลาใช้ความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการหรือลงทุนใหม่ มีการวางแผนสั่งการ ตัดสินใจทำงาน ตามที่วางไว้ กล่าวลงทุนจ้างผู้บริหารมืออาชีพมาช่วยงานมากกว่าเป็นธุรกิจครอบครัว รู้จักปรับ เปลี่ยนแปลงการบริหารสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Be self confident) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ มักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความเป็นอิสระและพึ่งตนเองได้ มีความ มั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว แข็งแรงมีลักษณะเป็นผู้นำ และมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดลอมที่ น่าสะพรึงกลัวได้มีความทะเยอทะยาน และไม่ประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไป หรือ เชื่อมั่นตัวเองมากเกินไป จึงไม่แปลกที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เคยมีประวัติความ ล้มเหลวมาแล้วหลายครั้ง โดยเฉพาะช่วงแรกของชีวิตการทำงาน แต่จะไม่เลิกล้ม จนสามารถต่อสู้ ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ได้สำเร็จ เชื่อมั่นว่า ไม่ว่าจะสถานการณ์อย่างไรจะต้องพึ่งตนเองได้ บังคับอื่น เป็นปัจจัยเสริมเท่านั้น การทำงานหนัก ความทะเยอทะยานและการแข่งขันจะเป็นสิ่งสนับสนุน ตนเองได้ดีที่สุด

10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล (Visionary) เป็นผู้มีประสบการณ์สามารถที่จะวิเคราะห์ เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำและพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11. มีความรับผิดชอบ (Responsibility) รับผิดชอบต่อหน้าที่ทำเป็นอย่างดี เป็นผู้นำใน การทำสิ่งต่าง ๆ มักจะมีความคิดริเริ่มแล้วลงมือทำเอง และเป็นผู้ดูแลจนงานสำเร็จไปตามเป้าหมาย ที่วางไว้ โดยจะรับผิดชอบต่อตัดสินใจ ไม่ว่าจะผลออกมาจะดีหรือไม่ มีความเชื่อว่าความสำเร็จ เกิดจากความเอาใจใส่ ความพยายาม ความรับผิดชอบมิใช่เกิดจากโชคหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้ เกิดขึ้น

12. มีความกระตือรือร้น (Enthusiastic) มีการทำงานที่เต็มไปด้วยพลัง มีชีวิตชีวาที่ยาก จะทัดทาน มีความกระตือรือร้น ทำงานทุกอย่างโดยไม่หลีกเลี่ยง ทำงานหนักมากกว่าคนปกติทั่วไป เร่งรัดตัวเองทุกวัน มีพลังผูกพันตัวเองไม่อยู่นิ่งด้วย

13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม (Take new knowledge) หาความรู้เพื่อเพิ่มประสบการณ์อย่าง โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เขาวิเคราะห์สถานการณ์ ที่เปลี่ยนแปลง ความรู้ไม่มีวันเรียนจบ ความรู้อาจจะได้จากการสัมมนาฝึกอบรม อ่านหนังสือทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญมาช่วยให้ข้อคิดเห็นแก้ไขปัญหา สิ่งเหล่านี้จะเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้งานสำเร็จเร็วขึ้น

14. กล้าตัดสินใจ (Can make decision) กล้าตัดสินใจมีความหนักแน่นไม่หวั่นไหว เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีจิตใจของนักต่อสู้ แม้งานจะหนักก็ทุ่มเทให้สุดความสามารถ ไม่กลัวงานหนัก ถือว่างานหนักนั้นเป็นงานท้าทายใช้ความรู้ สติปัญญา ความสามารถของตนเองในการทำงาน และจะภูมิใจเมื่อทำได้สำเร็จ ความมุ่งมั่นพยายามนั้น เป็นการทุ่มเทชีวิตจิตใจ มีการแข่งขันกับตัวเองและแข่งขันกับเวลาจนขวนขวายหาทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคจนสามารถบรรลุผลสำเร็จ

15. อย่าตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น (Independent) ผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจมีการผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนักอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับตนเพื่อให้งานสำเร็จ และมุ่งหวังความสำเร็จ

16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก (Focus on current situation) ผู้ประกอบการบางคนมักจะฝังใจในอดีต ซึ่งบางคนประสบความสำเร็จ บางคนล้มเหลวแล้วไม่สามารถปรับตัวได้ บางคนปรับตัวได้โดยพยายามเข้าใจในอดีต บางคนมีแต่โลกแห่งความฝัน สร้างวิมานในอากาศ แล้วไม่ลงมือทำ จึงไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องทำงานปัจจุบันให้ดีที่สุด คิดถึงอนาคตด้วยการวางแผนไว้อย่างรอบคอบ

17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม (Adaptable) ต้องเชื่อมั่นในความสามารถของคนที่ จะปรับตนเองให้เป็นไปตามต้องการของสภาพแวดล้อมมากกว่าปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามยถากรรม หรือขึ้นอยู่กับโชคหรือดวง

18. รู้จักประเมินตนเอง (Self assessment) ไม่ทำอะไรเกินตัวเกินความสามารถ จะได้ไม่ประสบกับความล้มเหลวในการลงทุนทำธุรกิจ ในระยะแรกการคาดการณ์ตลาดยังไม่ชัดเจน แต่ทำธุรกิจแบบใจใหญ่ แทนที่จะเริ่มเล็ก ๆ ไปก่อน แต่กลับไปลงทุนใหญ่ทีเดียว ผลลัพธ์ไม่สามารถหาตลาดได้ สินค้าที่ผลิตได้ก็ไม่สามารถจะระบายออกไปได้ ผลสุดท้ายมีสินค้าค้างสต็อก เงินทั้งหมดก็มาจมอยู่กับสินค้า ไม่สามารถหาเงินลงทุนต่อไปได้ นี่เป็นสาเหตุของความเกินตัว ทำให้ธุรกิจล้มเหลวได้

19. ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน (Participation and competition) การทำธุรกิจย่อมมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ เพื่อกำไร แม้ว่าจุดมุ่งหมายเดียวกันก็ไม่จำเป็นต้องแข่งให้ล้มไปข้างหนึ่ง ยังมีวิธีการที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันออกไป

ร่วมมือกันพึ่งพาอาศัยกันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดโดยรวมกันตั้งเป็นสมาคม ชมรม เพื่อช่วยเหลือกัน การทำธุรกิจต้องมีการแข่งขัน ควรแข่งขันในเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพ บริการ ด้านลดต้นทุน การผลิต ถ้าไม่มีการแข่งขัน ก็จะไม่มีการพัฒนาเกิดขึ้น

20. ประหยัดเพื่ออนาคต (Safe for future) การดำเนินธุรกิจต้องใช้ระยะเวลายาวนานกว่าจะบรรลุเป้าหมาย การดำเนินงานระยะสั้นยังไม่เห็นผล ผู้ประกอบการต้องมีการประหยัด อดออม ไว้เพื่อนำไปขยายกิจการในอนาคต ต้องรู้จักห้ามใจที่จะหาความสุขความสบายในช่วงที่ธุรกิจอยู่ในช่วงตั้งตัว เพื่ออนาคตข้างหน้า

21. มีความซื่อสัตย์ (Loyalty) ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้าและต้องสร้างความเชื่อถือของตัวเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร เป็นนายที่ดีของลูกน้อง มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ต่อครอบครัว และต่อตนเอง

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารข้างต้น ผู้วิจัยสรุปปัจจัยในการบริหารของแต่ละแนวคิดได้ดัง

ตารางที่ 1 สรุปปัจจัยในการบริหารของนักวิชาการต่าง ๆ

นักวิชาการ	ปัจจัยในการบริหาร	คำอธิบาย
Fayol (1916 อ้างถึงใน ชลเขตต์ หิรัญพิศ, 2557, หน้า 12)	POCCC	การวางแผน (Planning) การจัดการองค์การ (Organizing) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) การควบคุม (Controlling)
Gulick and Urwick (1937 อ้างถึงใน ชลเขตต์ หิรัญพิศ, 2557, หน้า 12)	POCDCORB	การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การประสานงาน (Coordinating) การรายงานผล (Reporting) การงบประมาณ (Budgeting)
	POSDC	การวางแผน (Planning) การจัดองค์การ (Organizing) การจัดคนเข้าทำงาน (Staffing) การอำนวยการ (Directing) การควบคุม (Controlling)
สมคิด บางโม (2542, หน้า 7 อ้างถึงใน รสริน อินสว่าง, 2556)	4M	คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Material) การบริหารจัดการ (Management)

แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม

1. การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนเป็นเป้าหมายของทุกประเทศในระบบเศรษฐกิจโลก ปัจจัยหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic factors) อาทิเช่น ความสามารถทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีโครงสร้างทางสังคมตลอดจนการศึกษา และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าปัจจัยทางด้านทุน แรงงาน และทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคของการพัฒนาอุตสาหกรรมและยุคโลกาภิวัตน์ส่งผลให้ความสำคัญของปัจจัยที่อยู่นอกกรอบการพัฒนาเศรษฐกิจในอดีตมีความสำคัญมากขึ้นตามลำดับ และในอนาคตเชื่อว่าน่าจะมีสำคัญมากไปกว่าปัจจัยหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจเสียอีก ความสัมพันธ์การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาขีดความสามารถทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการพัฒนาสังคม จึงเป็นเรื่องที่แยกออกจากกันไม่ได้ต่อไป โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการสร้างนวัตกรรม ส่งผลให้ประเทศสามารถแข่งขันสูงตามไปด้วย สัดส่วนรายจ่ายทางการวิจัยต่อรายได้ประชาชาติเป็นหลักเกณฑ์ชี้วัด โครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มุ่งวัดด้วยเกณฑ์ชี้วัดเหล่านี้ (นภคกุล เหลืองภิรมย์, 2550, หน้า 83-98)

ความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจอาจเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านสังคมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อย่างต่อเนื่องมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันความสำเร็จในการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอันเป็นผลมาจากการพัฒนาสังคมวัฒนธรรมที่เข้มแข็งของคนในชาติ หรืออีกนัยหนึ่ง ประเทศที่มีทุนทางสังคมสูงซึ่งอาจวัดได้จากสังคมมีความเชื่อมั่น มั่นคงมีความไว้วางใจ ส่งเสริมและสนับสนุนซึ่งกันและกัน มีการสื่อสารการมีส่วนร่วม มีความเป็นประชาธิปไตยสูง มีองค์กรสมาคมสัมพันธ์ความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนอย่างเข้มแข็ง ส่งผลให้ประเทศมีศักยภาพในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสนองความต้องการของประชากรสามารถนำพาประเทศไปสู่สังคมการเรียนรู้ (Knowledge-based society) ได้อย่างยั่งยืนประชากรของประเทศมีความรู้ความสามารถเป็น Knowledge worker ที่มีศักยภาพ ทุนทางสังคมมีผลต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนทางสังคมเชื่อมโยงที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของนักวิจัย แนวคิดใหม่นี้ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อวงการวิชาการ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมการเมืองในการพัฒนาประเทศ ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาประเทศชาติโดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาให้สามารถเติบโต และสามารถแข่งขันกับประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยการส่งเสริมกำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาประเทศโดยมีกรอบแนวคิดใหม่ที่มีมิติทุนทางสังคม ที่จะส่งผลให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นสามารถปรับใช้ได้อย่างแท้จริงยังคงคิดเดิมในอดีตจนถึงปัจจุบันใน

สาขาวิชาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการบริหาร สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาจจำเป็นต้องปรับกระบวนการคิดเพื่อให้ครอบคลุมบริบททางสังคม

2. ลักษณะของนวัตกรรม และความสามารถของเทคโนโลยี มีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการโครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนแปลงไปทางเทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ

นวัตกรรมสามารถแบ่งได้เป็นสองประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

ประการที่หนึ่ง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) คือ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้ให้ดีขึ้น เป็นสิ่งใหม่ในตลาด เป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ หรือสินค้าทั่วไป เช่น รถยนต์รุ่นใหม่ ที่ใช้เทคโนโลยีสูง เป็นต้น

ประการที่สอง นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) เป็นการเปลี่ยนแนวทางหรือวิธีการผลิตสินค้า หรือบริการให้การบริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม เช่น การผลิตแบบทันเวลาพอดี หรือ การบริหารงานคุณภาพองค์กรรวม หรือ การผลิตแบบกะทัดรัด เป็นต้น

3. ความสามารถของเทคโนโลยี ในทรรศนะของนักวิชาการในปัจจุบัน ความสามารถทางเทคโนโลยีนั้นประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการดังนี้ (Lall, 1992; Bell & Pavit, 1993 อ้างถึงใน นกตล เหลืองภิรมย์, 2550)

ประการที่หนึ่ง ความสามารถในการผลิต (Production capabilities) ความสามารถในการผลิตนั้น มีขอบเขตครอบคลุมตั้งแต่ความสามารถในการวางแผนการผลิต ความสามารถในการควบคุมการผลิต ความสามารถในการควบคุมคุณภาพ ความสามารถในการดูแล ซ่อมแซม เครื่องจักรและเครื่องมือการผลิต เครื่องมือการควบคุมคุณภาพ เครื่องจักร เครื่องมือในการขนส่ง และเคลื่อนย้ายตั้งแต่วัตถุดิบไปจนถึงสินค้าสำเร็จรูป ตลอดจนการแก้ปัญหาการผลิตที่อาจเกิดขึ้นในแต่ละวัน

ประการที่สอง ความสามารถในการลงทุน (Investment capabilities) ความสามารถในการลงทุนจัดว่ามีความสำคัญไม่น้อยกว่าความสามารถในการผลิต ความสามารถในการลงทุนครอบคลุมตั้งแต่ ความสามารถในการเลือกใช้เครื่องมือ เครื่องจักร การขยายขนาดกำลังการผลิต การควบคุมการตั้ง เครื่องมือ เครื่องจักร ในการผลิต และการควบคุมคุณภาพความสามารถในการคัดเลือก และประเมินผลเทคโนโลยีที่นำมาใช้ ความสามารถในการค้นหา และเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ที่มีประสิทธิภาพดีกว่า และการประเมินความคุ้มค่าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ

ประการที่สาม ความสามารถทางด้านนวัตกรรม (Innovation capacities) ความสามารถในการลงทุน ความสามารถในการลงทุนจัดว่ามีความสำคัญไม่น้อยกว่าความสามารถในการผลิต

ความสามารถในการลงทุนครอบคลุมตั้งแต่ความสามารถในการเลือกใช้เครื่องมือเครื่องจักร การขยายขนาดกำลังการผลิต การควบคุมการตั้งเครื่องมือ เครื่องจักร ในการผลิต และการควบคุมคุณภาพความสามารถในการคัดเลือก และประเมินผลเทคโนโลยีที่นำมาใช้ ความสามารถในการค้นหา และเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ที่มีประสิทธิภาพดีกว่า และการประเมินความคุ้มค่าของเทคโนโลยีใหม่ ๆ ความสามารถทางด้านนวัตกรรม จัดว่ามีความสำคัญที่สุดควบคุมตั้งแต่ ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ในการใช้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี จนถึงความสามารถในการคิดค้นเทคโนโลยีขึ้นมาใหม่เพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตตลอดจนไปถึงการตัดสินใจในการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี ที่ใช้ในอยู่ในปัจจุบัน และแนวโน้มเทคโนโลยีใหม่ ที่มีศักยภาพในการพัฒนา นอกจากนี้ความสามารถทางด้านนวัตกรรมอย่างรวมไปถึงความสามารถในการกำหนดมาตรฐานของเทคโนโลยีโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีที่ตนเองต้องการเข้าไปบริหารจัดการนวัตกรรมในวิถีเทคโนโลยีที่ตนเองต้องการเป็นผู้นำได้อย่างต่อเนื่อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความต้องการ

1. ความหมายของความต้องการ

Maslow (1970, pp. 30-33 อ้างถึงใน เนตรนภา เดชชหัสติน, 2553) กล่าวว่าความต้องการของมนุษย์เราเป็น 5 ชั้น ดังนี้ คือ 1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) 3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs) 4) ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Self-esteem needs) 5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs) และแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ความต้องการที่จะต้องซ่อมแซมหรือขาดไม่ได้ ซึ่งประกอบด้วย ความต้องการทางสรีระ ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรักและเป็นส่วนหนึ่งของหมู่ และความต้องการที่จะรู้จักรว่าตนเองมีค่า 2) ความต้องการเพื่อพัฒนาตน (Growth need) คือความต้องการที่จะเจริญเติบโตหรือพัฒนาเต็มตามศักยภาพของตนทั้งด้านพุทธิปัญญา ทักษะ และเจตคติ

Cooper (1958, p. 602 อ้างถึงใน สิรินาตย์ กฤษณาธาร, 2552) กล่าวถึงความต้องการของบุคลากรในการทำงานไว้หลายประการ ได้แก่ ทำงานที่เขาสนใจ อุปกรณ์ที่ดีสำหรับการทำงาน ค่าจ้างเงินเดือนที่ยุติธรรม โอกาสก้าวหน้าในหน้าที่การงาน สภาพการทำงานที่ดี รวมทั้ง ชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม และสถานที่ทำงานที่เหมาะสม ความสะดวกในการไปและกลับ รวมทั้งสวัสดิการอื่น ๆ ทำงานร่วมกับผู้บังคับบัญชาที่เข้าใจในการควบคุมปกครอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นคนที่เขายกย่องนับถือ

จากการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับความต้องการข้างต้น ผู้วิจัยสรุปแต่ละแนวคิดได้ดัง
ตารางที่ 2 สรุปแนวคิดความต้องการ

นักวิชาการ	แนวคิด ทฤษฎี ความ ต้องการ	ความหมาย
Maslow (1970, หน้า 30-33 อ้างถึงใน เนตรนภา เดชหัสติน, 2553)	ทฤษฎีลำดับความ ต้องการ	ความต้องการของมนุษย์เราเป็น 5 ประเภท จาก ต่ำไปหาสูง และเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) ความต้องการ ที่จะต้องซ่อมแซมหรือขาดไม่ได้ ซึ่ง ประกอบด้วย ความต้องการทางสรีระ ความ ต้องการความปลอดภัย ความต้องการความรัก และเป็นส่วนหนึ่งของหมู่ และความต้องการที่ จะรู้จักว่าตนเองมีค่า 2) ความต้องการเพื่อพัฒนา ตน (Growth need) คือความต้องการที่จะ เจริญเติบโตหรือพัฒนาเต็มตามศักยภาพของ ตนทั้งด้านพุทธรปัญญา ทักษะ และเจตคติ
Cooper (1958, หน้า 602 อ้างถึงใน สิริ นาตย์ กฤษณาธาร, 2552)	ความต้องการของ บุคลากรในการ ทำงาน	ได้แก่ ทำงานที่เขาสนใจ อุปกรณ์ที่ดีสำหรับการ ทำงาน ค่าจ้างเงินเดือนที่ยุติธรรม โอกาส ก้าวหน้าในหน้าที่การงาน สภาพการทำงานที่ดี รวมทั้ง ชั่วโมงการทำงานที่เหมาะสม และ สถานที่ทำงานที่เหมาะสม ความสะดวกในการ ไปและกลับ รวมทั้ง สวัสดิการอื่น ๆ ทำงาน ร่วมกับผู้บังคับบัญชาที่เข้าใจในการควบคุม ปกครองโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นคนที่เขายกย่อง นับถือ

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

1. ความหมายของผู้ประกอบการ

Sharman and Chrisman (1999, p. 12 อ้างถึงใน จิตตากรณ พุทธฉายา, 2557, หน้า 11) กล่าวว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่สามารถนำเสนอสิ่งใหม่ๆ โดยการผสมผสานสินค้า กระบวนการตลาดรูปแบบขององค์กร หรือแหล่งผู้ผลิตสินค้า นอกจากนี้ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้สร้างกระบวนการของการกำหนดโอกาสทางการตลาด และความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้ สอดคล้องกับโอกาสและสร้างข้อผูกพันทั้งทางด้านการปฏิบัติและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลกำไรระยะยาว

ชนินทร์ ชุนหพันธ์ (2543, หน้า 6-7 อ้างถึงใน จิตตากรณ พุทธฉายา, 2557, หน้า 10) กล่าวว่าผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเองมีการวางแผนการ ดำเนินงานกิจการด้วยตนเองโดยยอมรับความเสี่ยงเดินทางเพื่อหวังผลกำไรจากการดำเนินธุรกิจ

วุฒิชัย จงคำนึ่งศิลป์ (2547, หน้า 21 อ้างถึงใน จิตตากรณ พุทธฉายา, 2557 หน้า 10) กล่าวว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจของตนเองด้วยตนเองพัฒนาจน เจริญก้าวหน้าสามารถบำรุงรักษากิจการ โดยผ่านกระบวนการในการจัดการความเสี่ยง การ ตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าชนได้รับความเชื่อถือและการยกย่องจากสังคมใครเป็นผู้ที่มี บทบาทสำคัญทางเศรษฐกิจและมีส่วนทำให้สังคมเจริญเติบโต

สุสดี รุมาคม (2540, หน้า 29 อ้างอิงใน อภิรยา ศรีฤทธิประดิษฐ์, 2555, หน้า 7) กล่าวว่า ผู้ประกอบการว่าเป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นพบ ความคิด และโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เป็นผู้ที่มีรวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายใน ธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน ดังนั้น โดย สรุปรูปผู้ประกอบการ เป็นบุคคลที่มองเห็น โอกาสทางธุรกิจและสามารถหาช่องทางที่จะสร้างธุรกิจ ของตนเอง และพร้อมที่จะรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่ตัดสินใจที่เริ่มดำเนินธุรกิจ ในการ ประกอบธุรกิจขนาดย่อม ต้องการผู้ประกอบการที่มีความสามารถหลาย ๆ ด้าน

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ (2549, หน้า 42 อ้างถึงใน อภิรยา ศรีฤทธิประดิษฐ์, 2555, หน้า 9) กล่าวว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งองค์กร จัดการ ได้รับความเสี่ยง ทาง ธุรกิจและกิจการ บุคคลที่สนใจเป็นผู้ประกอบการเนื่องจากต้องการความสำเร็จของผลกำไรจากการ ดำเนินงานและความเจริญเติบโตจากสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้ผู้ประกอบการ พัฒนาพฤติกรรมใน ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2. บทบาทของผู้ประกอบการ

Kuratlo and Hodgetts (1998, pp. 1-3 อ้างถึงใน ศุภชัย เหมือนโพธิ์, 2559, หน้า 12) การที่ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่ริเริ่มกิจการขึ้นมาและดำเนินงานกิจการขึ้นมาและดำเนินงานกิจการอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งที่จะกิจการประสบความสำเร็จและก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไป โดยธรรมชาติแล้วผู้ประกอบการกิจการส่วนมากมักจะเริ่มกิจการของตนจากขนาดเล็กแล้วจึงค่อย ๆ เติบโตขึ้นเมื่อการดำเนินงานได้ประสบผลสำเร็จเป็นขั้น ๆ ตามลำดับ ขณะเดียวกันผู้ประกอบการในกิจการขนาดเล็กนับได้ว่าเป็นผู้สังเกตเห็นถึงโอกาสหรือความต้องการที่สามารถจัดตั้งกิจการขึ้นมาให้บริการตอบสนองลูกค้าและสังคมได้ กิจการขนาดเล็กกลายเป็นกิจการที่มีจำนวนมากมาย และมีบทบาทยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจในการสร้างคุณค่าต่าง ๆ ทั้งภาคการผลิต การขายและการบริการต่าง ๆ ผู้ประกอบการจึงเป็นผู้ที่กล้าเสี่ยงลงทุน เพื่อลงมือทำประโยชน์ต่อสังคม โดยพิสูจน์ ความสามารถให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

1. บทบาทของผู้จัดการ แม้ว่ากิจการที่ตั้งขึ้นจะเป็นเพียงกิจการขนาดเล็กในฐานะผู้ประกอบการจำเป็นต้องประกอบการกิจในฐานะผู้จัดการเพื่อให้สามารถดำเนินการตามเป้าหมายของกิจการได้จนบรรลุผลสำเร็จ โดยผู้ประกอบการต้องหาความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ในการจัดการและต้องพยายามสร้างสมประสพการณ์ในการจัดการให้มากขึ้นด้วย

2. บทบาทของผู้นำ โดยปกติกิจการขนาดเล็กมักจะจ้างบุคคลเข้ามาทำงานตามความเหมาะสมขององค์กร ทำให้ผู้ประกอบการต้องมีบทบาทในการเป็นผู้นำอย่างเด่นชัด โดยต้องเป็นผู้บุกเบิกริเริ่มงานใหม่ ๆ รวมทั้งปรับปรุงประสิทธิภาพงานปัจจุบัน และผลักดันให้เกิดการทำงานเป็นทีม โดยอาศัยศิลปะในการปกครอง ตลอดจนส่งเสริมขวัญและกำลังใจ อีกทั้งพัฒนาลูกน้องให้เติบโตก้าวหน้าเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานด้วย

3. บทบาทของผู้สร้างสรรค์สังคม เมื่อผู้ประกอบการได้ริเริ่มกิจการเพื่อช่วยเหลือและทำประโยชน์กับสังคมและผู้บริโภคในเชิงเศรษฐศาสตร์แล้ว หากว่ากิจการเติบโตและขยายตัวออกไป นอกจากเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถกระทำเพื่อรับผิดชอบต่อสังคมโดยไม่มุ่งดำเนินกิจการแบบมุ่งกำไรเพียงอย่างเดียว หรือทำกิจการที่ก่อให้เกิดผลเสียต่อผู้บริโภคหรือชุมชน จึงจะได้ชื่อว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีคุณค่าสมควรแก่การยกย่องของสังคม และการสนับสนุนของประชาชนหรือลูกค้าต่อไป บทบาทที่สำคัญของผู้ประกอบการ ก็คือการนำสิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่ ๆ มาใช้เป็นประโยชน์และเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต มีความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ ที่โดดเด่นเหนือคู่แข่ง อันจะเป็นบ่อเกิดของ ลักษณะสินค้าและบริการชนิดใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นมาเป็นกิจการ และอุตสาหกรรมชนิดต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคให้มากขึ้น

3. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Covin and Slevin (1991 อ้างถึงใน สุธีรา อะทะวงษา, 2556, หน้า 19) กล่าวถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการจะสะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริหารองค์การ 3 ประการ คือ ประการแรก การเผชิญกับความเสี่ยงซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเผชิญเมื่อมีการตัดสินใจลงทุน ประการที่สอง จำนวนความถี่ และขอบเขตการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี และประการที่สามคือลักษณะทางธรรมชาติของผู้บริหารที่จะแสดงออกถึงระดับความสามารถในการแข่งขัน ธุรกิจต้องประสบความสำเร็จ มีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation: EO) ที่เชื่อมโยงถึงลักษณะของวัฒนธรรมขององค์การที่แตกต่างกัน มักพบว่ามีความเกี่ยวข้องกับความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามในการพัฒนาในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ

Hodgetts and Kuratko (1995 อ้างถึงใน สุธีรา อะทะวงษา, 2556, หน้า 20) ได้เสนอคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ 10 คุณลักษณะดังนี้

1. ความสามารถเชิงเทคนิค เป็นคุณลักษณะที่สำคัญต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดย่อมคือความได้เปรียบด้านเทคนิค (Technical competence) โดยเจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องเข้าใจธุรกิจที่ดำเนินอยู่
2. ความสามารถทางจิตใจ (Mental ability) เป็นความสามารถในการรับรู้และเข้าใจเพื่อนำมาพัฒนา กำหนดกลยุทธ์การแข่งขัน มีความเข้าใจเกี่ยวกับงานต่าง ๆ และสามารถในการบูรณาการงานต่าง ๆ เข้าด้วยกัน
3. การแสวงหาโอกาส (Opportunity orientation) จะต้องเป็นผู้แสวงหาโอกาสมากกว่าการแสวงหาปัจจัยด้านทรัพยากร โครงสร้าง หรือกลยุทธ์สามารถเข้าใจปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ที่เป็นโอกาสเพื่อกำหนดเป้าหมายของธุรกิจได้
4. ความคิดริเริ่มและความรับผิดชอบ (Initiative and responsibility) ต้องเป็นผู้ที่มีรับผิดชอบต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจและเป็นผู้ดำเนินการแก้ปัญหาต่าง ๆ ของธุรกิจ
5. ความซื่อสัตย์และความน่าเชื่อถือ (Integrity and reliability) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของธุรกิจเนื่องจากมีส่วนสร้างความเชื่อมั่น ความไว้วางใจและการให้การยอมรับของบุคลากรต่าง ๆ เช่น นักลงทุน พันธมิตร ลูกค้า และผู้ให้สินเชื่อ

6. ความอดทนต่อความล้มเหลว (Tolerance for failure) ต้องสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ล้มเหลวในอดีตมาแก้ไขปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ต้องมีความอดทนและมองหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ อยู่เสมอ

7. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) มีความเชื่อมั่นในตนเองได้จะต้องไม่เชื่อว่าความสำเร็จที่ล้มเหลวเกิดขึ้นจากโชคชะตาแต่เชื่อว่าเป็นผลมาจากการกระทำของตนเอง

8. ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Relation skills) ต้องมีลักษณะในการสื่อสารที่ดีกับบุคคลอื่น ๆ มีวิธีการจูงใจให้พนักงานปฏิบัติการด้วยวิธีการต่าง ๆ รวมทั้งความมีภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ

9. ความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (High achievement drive) มีความมุ่งมั่นปฏิบัติงานด้วยความมีประสิทธิภาพ เป็นนักแสวงหาโอกาส ถ้าไปเผชิญกับความเสี่ยงติดตามประเมินผลการดำเนินงาน และพัฒนาความสำเร็จให้ดีขึ้นเรื่อย ๆ

10. ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) เป็นผู้คิดค้นทางพัฒนาด้านนวัตกรรม มีการสังเคราะห์หรือผสมผสานบูรณาการข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เป็นผลประโยชน์ต่อการสร้างวิธีการทำงานใหม่ๆ รวมทั้งการนำแนวคิดที่เป็นประโยชน์ของผู้อื่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

Entrialgo (2002 อ้างถึงใน สุธีรา อະทะวงษา, 2556, หน้า 19) อธิบายถึงคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller ที่ได้ศึกษาในปี 1983 ว่าคุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการจะต้องประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละรายที่จะแสดงออกในการดำเนินธุรกิจ

Dess Lumpkin and Taylor (2005 อ้างถึงใน สุธีรา อະทะวงษา, 2556, หน้า 19) ได้นำเสนอมิติของการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับรูปแบบการตัดสินใจและการปฏิบัติของธุรกิจ 5 มิติ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการดำเนินงานร่วมกันเพื่อพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจโดยความหมายของแต่ละมิติแสดงรายละเอียด ดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy)
2. การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness)
3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)
4. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)
5. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking)

Allen (2006, pp. 12-13 อ้างถึงใน สุธีรา อะทะวงษา, 2556, หน้า 29-33) นำเสนอคุณลักษณะของผู้ประกอบการเพิ่มเติม 5 ประการ ดังนี้

1. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk talking) ผู้ประกอบการเป็นผู้รับผิดชอบและเผชิญต่อความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจซึ่งอาจส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลว
2. ความต้องการประสบความสำเร็จ (Need for achievement) ผู้ประกอบการจะต้องมีความรับผิดชอบต่อการแก้ปัญหาต่าง ๆ ภายในธุรกิจ มีการกำหนดเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จ
3. ความเป็นอิสระ (A sense of independence) ผู้ประกอบการจะต้องเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอย่างเป็นอิสระและรับผิดชอบต่อตัดสินใจของตนเอง
4. การควบคุมปัจจัยที่เกี่ยวข้องภายใน (Internal locus of control) ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง และมีความเชื่อว่าความสำเร็จหรือความล้มเหลวมาจากการกระทำของตนเอง
5. ความอดทนต่อความไม่ชัดเจน (Tolerance for ambiguity) ผู้ประกอบการต้องมีความอดทนต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น การเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติความไม่แน่นอนหรือความไม่ชัดเจนในปัจจัยต่างๆที่อาจเกิดขึ้น

วราภรณ์ สามโกเศศ (2546, หน้า 91-92 อ้างถึงใน สุธีรา อะทะวงษา, 2556, หน้า 24) ได้กล่าวว่าผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จจะประกอบด้วย 6 ลักษณะ ลักษณะแรกคือผู้บริหารจะเป็นผู้มองสินค้า การบริการและการบริหารเสมือนเป็นคนนอกมองเข้าไป และเห็นความสำคัญของลูกค้าเป็นคนที่มีความสำคัญมากที่สุด ลักษณะที่สอง มีความเป็นผู้นำ คือความสามารถในการสื่อสารและโน้มน้าวจิตใจคน ลักษณะที่สาม มีความเข้าใจบทบาทของวัฒนธรรมขององค์กรและการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขององค์กร ลักษณะที่สี่ มีความสามารถในการสร้างและปรับปรุงพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง ลักษณะที่ห้า มีความสามารถในการเรียนแบบและการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเอง และลักษณะที่หก มีองค์ความรู้เป็นของตนเองพัฒนาองค์ความรู้ของตนเองและนำมาใช้ในธุรกิจได้อย่างเหมาะสม

สรุป คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญยิ่งต่อประสิทธิภาพและผลการดำเนินงานของธุรกิจ แม้ว่าสภาพของ SMEs จะมีความแตกต่างในจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ ที่มีความได้เปรียบมากกว่าทางด้านเงินทุน เทคโนโลยี บุคลากร และศักยภาพทางธุรกิจแต่นั้นก็ไม่ได้หมายความว่า จะเป็นอุปสรรคต่อ SMEs ที่ยังคงมีความได้เปรียบอยู่บางประการ เช่น SMEs ที่มีความคล่องตัวสูงซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถคิดวิเคราะห์วางแผนและตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว มีความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าได้ดีกว่าเนื่องจากมีความใกล้ชิดและเข้าใจความต้องการลูกค้าได้ดีกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่

การศึกษาคุณลักษณะที่สำคัญของการเป็นผู้ประกอบการ SMEs ในเบื้องต้นทำให้ทราบว่า มีคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการที่ผู้ประกอบการต้องพึงมีดังนี้

1. คุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่เกิดจากแรงผลักดันภายใน
2. คุณลักษณะที่เกิดจากนิสัยส่วนตัวของผู้ประกอบการ
3. คุณลักษณะที่เกิดจากทักษะและความรู้ความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยคุณลักษณะดังกล่าวเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่เชื่อว่าจะสามารถนำไปให้ SMEs ประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพที่จะพัฒนาวิสาหกิจให้เจริญเติบโตต่อไปในอนาคต

4. ลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) การกำหนดลักษณะขนาดของธุรกิจ ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด โดยใช้จำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน และให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่า สินทรัพย์ที่น้อยกว่า เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มประเภทของกิจการได้ คือ

1. ธุรกิจการผลิต (Manufacturing sector) จำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นธุรกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงาน ตั้งแต่ 51-200 คนหรือสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็นธุรกิจขนาดกลาง
2. ธุรกิจการจำหน่าย (Distribute sector) ธุรกิจการค้าส่ง (Wholesale sector) จำนวนการจ้างงาน ไม่เกิน 25 คน หรือสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นธุรกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 26-50 คน หรือสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท เป็นธุรกิจ ขนาดกลาง-ธุรกิจการค้าปลีก (Retail sector) จำนวนการจ้างงาน ไม่เกิน 15 คน หรือสินทรัพย์ ถาวร ไม่รวมที่ดินไม่เกิน 30 ล้านบาท เป็นธุรกิจขนาดย่อม และจำนวน การจ้างงานตั้งแต่ 16-30 คน หรือสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดินมากกว่า 60 ล้านบาท เป็นธุรกิจขนาด กลาง
3. ธุรกิจบริการ (Service sector) จำนวนการจ้างงาน ไม่เกิน 50 คน หรือสินทรัพย์ ถาวร ไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นธุรกิจขนาดย่อม และจำนวนการจ้างงานตั้งแต่ 51-200 คน หรือสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน มากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท เป็นธุรกิจ ขนาดกลาง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 จำนวนแรงงานและสินทรัพย์ถาวรของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามประเภทกิจการ

ประเภท	ลักษณะของธุรกิจขนาดย่อม		ลักษณะของธุรกิจขนาดกลาง	
	จำนวนแรงงาน (คน)	สินทรัพย์ ถาวร (ล้านบาท)	จำนวน แรงงาน (คน)	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)
1. ธุรกิจการผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200
2. ธุรกิจการ จำหน่าย	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50	26-50	เกินกว่า 50-100
-การค้าส่ง	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30	16-30	เกินกว่า 30-60
-การค้าปลีก				
3. ธุรกิจบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50	51-200	เกินกว่า 50-200

ข้อดีของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. ผู้ประกอบการสามารถทำในสิ่งที่ตนเองชอบ ถนัดและมีวิถีชีวิตตามที่ต้องการ
2. ทำได้ง่ายเพราะใช้ปัจจัยในการดำเนินงานไม่มากนัก
3. มีความเป็นอิสระและคล่องตัวในการบริหารกิจการ
4. ถ้าประสบปัญหาหรือเกิดวิกฤตทางเศรษฐกิจ โอกาสที่จะฟื้นตัวเกิดได้ง่ายกว่ากิจการขนาดใหญ่
5. การดำเนินธุรกิจทุกประเภทมีความยืดหยุ่นสูง สอดคล้องกับการผลิตและการค้าที่ต้องการการตอบสนองที่รวดเร็ว ตลอดจนการผลิตสินค้าและบริการที่มุ่งความหลากหลายรวดเร็ว มากกว่ามุ่งปริมาณ

ข้อเสียของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะขาดความรู้ด้านการตลาด เมื่อผลิตสินค้าแล้วไม่สามารถจำหน่ายได้จึงประสบปัญหาการขาดทุนและปิดกิจการ
2. ผู้ประกอบการมักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารงานที่เป็นระบบ เพราะส่วนใหญ่จะใช้ ประสบการณ์จากการเรียนรู้และอาศัยบุคคลในครอบครัวเป็นหลัก
3. ธุรกิจนี้มักใช้ เทคนิคการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากมีต้นทุนต่ำ จึงทำให้ธุรกิจไม่สามารถผลิตสินค้าผูกขาดได้เหมือนกับธุรกิจขนาดใหญ่

4. ไม่สามารถรักษาแรงงานที่มีฝีมือและมีความชำนาญงานไว้ได้ เพราะแรงงานเมื่อมีประสบการณ์มาก ขึ้นมักจะย้ายออกไปทำงานในสถานประกอบการที่มีขนาดใหญ่ มีระบบและผลตอบแทนที่ดีกว่า

5. ผู้ประกอบการมักขาดแคลนเงินทุนหรือขยายกิจการไม่ได้เนื่องจากขาดความน่าเชื่อถือจากสถาบัน การเงิน

5. วัตถุประสงค์และความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) ได้ร่วมกับส่วนราชการหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจรวม 17 หน่วยงาน 1 รัฐวิสาหกิจ จัดทำแผนงานบูรณาการด้านการส่งเสริม SME วงเงิน 3,487.34 ล้านบาท ซึ่งได้รับอนุมัติจากสภานิติบัญญัติแห่งชาติเรียบร้อยแล้ว เพื่อเป็นแผนงานในการขับเคลื่อน SME ปี 2560 ที่มุ่งเน้นการส่งเสริม SME ตามระดับการเติบโตของธุรกิจ (Business life cycle) ด้วยการสนับสนุนผู้ที่มีความคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ ในภาคเกษตร ภาครผลิตและบริการ ให้สามารถพัฒนาแนวคิดไปสู่ธุรกิจได้จริง ผู้ประกอบการ SME วิสาหกิจชุมชนและ OTOP ที่ประกอบธุรกิจอยู่แล้วได้รับ การพัฒนายกระดับมาตรฐานสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความ สามารถในการแข่งขันมากขึ้น โดยเน้นว่าการส่งเสริมพัฒนาจะต้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นไปอย่างต่อเนื่องกันทุกปี การพัฒนาส่งเสริม SME แบบบูรณาการประกอบด้วย 4 แนวทางหลัก ดังนี้

แนวทางที่ 1 สร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่เชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรมแบบครบวงจร (Start up) และสร้าง SME จากวิสาหกิจชุมชน โดยให้ความสำคัญกับการบ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นพื้นฐานในการประกอบธุรกิจการสร้างผู้ประกอบการใหม่ในสาขาที่มูลค่าเพิ่มสูง การเตรียมความพร้อมให้คนรุ่นใหม่ในการเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้ ผลงานวิจัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผ่านระบบการบ่มเพาะและอบรมเชิงลึก จากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ในหน่วยงาน กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ตลอดจนสนับสนุนเงินทุนและการตลาด ได้รับอนุมัติวงเงินรวม 1,673 ล้านบาท และคาดว่าจะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการประมาณ 41,100 ราย

แนวทางที่ 2 ส่งเสริมให้ SMEs กลุ่มทั่วไป (Regular) มีศักยภาพและผลิตภาพมากขึ้น และให้ความช่วยเหลือ SMEs ที่ประสบปัญหาทางธุรกิจ เชื่อมโยงกับมาตรการทางการเงินของกระทรวงการคลังเพื่อฟื้นฟูกิจการ มุ่งพัฒนาศักยภาพ SMEs โดยปรับปรุงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประกอบธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาการรวมกลุ่มสินค้าเกษตร และเกษตรแปรรูป รวมถึงการขยายโอกาสทาง

การตลาดโดยเฉพาะช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เป็นต้น ได้รับจัดสรรวงเงิน 1,130 ล้านบาท คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการประมาณ 106,000 ราย

แนวทางที่ 3 ส่งเสริม SMEs ที่มีศักยภาพ (Strong) ให้มีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น สามารถส่งออกสินค้าและบริการสู่ ตลาดโลกได้ โดยให้ความสำคัญกับการสร้าง Brand การยกระดับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม การยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน สินค้าและบริการ การสร้างเครือข่ายกับธุรกิจขนาดใหญ่ในโครงการประชารัฐแบบพหุหน่วยงาน ได้รับจัดสรรวงเงิน 355 ล้านบาท ผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์ 4,000 ราย

แนวทางที่ 4 พัฒนาระบบนิเวศน์ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของเอกชนและการส่งเสริม SMEs (Ecosystem) มุ่งเน้นปรับปรุงการบริหารจัดการงานส่งเสริม SME ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยสร้างต้นแบบการพัฒนาผู้ประกอบการนวัตกรรม สร้างนักบัญชีคุณภาพขยายศูนย์บริการข้อมูล SME (One-stop service center: OSS) ฯลฯ ได้รับจัดสรรวงเงิน 328 ล้านบาท ผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์ประมาณ 26,000 ราย

สำหรับปี 2560 งบประมาณการ SMEs ได้รับการอนุมัติเพิ่มขึ้นเป็น 3,487 ล้านบาท มุ่งหวังให้ SME ได้รับการยกระดับเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และคาดว่าจะสามารถส่งเสริมผู้ประกอบการได้ไม่น้อยกว่า 177,100 ราย เป็นผลให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจประมาณ 45,000 ล้านบาท โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีหน้าที่ติดตามประเมินผลโครงการตามงบประมาณการเพื่อนำเสนอ กรม.

นอกจากนี้ กระทรวงการคลัง ยังให้ความสำคัญ ด้วยการออกมาตรการทางการเงินและภาษี ในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SME อย่างต่อเนื่องในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา รวมวงเงินในการให้ความช่วยเหลือ กว่า 435,000 ล้านบาท เช่น สินเชื่อเพื่อรายย่อย สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ กองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SME และล่าสุดที่กำลังจะเริ่มดำเนิน การคือ กองทุนเพื่อฟื้นฟูกิจการ SME วงเงิน 2,000 ล้านบาท และกองทุนพลิกฟื้น SME วงเงิน 1,000 ล้านบาท รวมถึงมาตรการด้านภาษีสำหรับ SME ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนผ่านสถาบันการเงิน

6. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ร่างแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4 (2560-2564) ซึ่งมีสาระสำคัญของแผนการส่งเสริม SMEs มียุทธศาสตร์การส่งเสริม SMEs ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ส่งเสริมและพัฒนา SMEs เป็นการส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในแต่ละประเด็นที่มีความสำคัญต่อการเติบโตและขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs โดยมีทั้งส่วนที่เป็นการพัฒนา ให้มีทักษะความสามารถเพิ่มขึ้น และส่วนที่เป็นการพัฒนาระบบนิเวศหรือปัจจัยแวดล้อมที่

ช่วยสนับสนุนการเติบโตและความเข้มแข็งของ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนา SMEs ราย ประเด็น ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการส่งเสริม SMEs ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ยกระดับผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรม การให้ความช่วยเหลือ SMEs ในการพัฒนาประสิทธิภาพและผลิตภาพธุรกิจ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและการพัฒนา นวัตกรรมให้ไปสู่เชิงพาณิชย์ ส่งเสริมด้านการตลาดให้กับสินค้านวัตกรรมของ SMEs ปรับปรุง ระบบการจดสิทธิบัตร รวมทั้งพัฒนาระบบฐานข้อมูลผลงานวิจัยและพัฒนา ความเชี่ยวชาญของ หน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้ SMEs สามารถใช้บริการได้อย่างสะดวกมากขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การสนับสนุนให้ SMEs เข้าถึงสินเชื่อ ได้มากขึ้น และพัฒนาแหล่งเงินทุนประเภททุนให้เข้มแข็งมากขึ้น รวมทั้งเสริมสร้างความรู้พื้นฐาน ด้านการเงินให้กับ SMEs

กลยุทธ์ที่ 3 ส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการเข้าสู่สากล การส่งเสริมการเข้าถึงตลาด ภาครัฐ สนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สนับสนุน SME ในการขยายตลาดต่างประเทศใน รูปแบบต่าง ๆ สร้างและพัฒนาผู้ส่งออกรายใหม่ รวมทั้งอำนวยความสะดวกแก่ SME ในการไป ลงทุนในต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนาและส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการการสร้างความตระหนักและ แรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่ในการเป็นผู้ประกอบการ รวมทั้งสร้างความพร้อมในการเป็น ผู้ประกอบการใหม่ในด้านองค์ความรู้และทักษะ

2. เสริมสร้างขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีสถานการณ์ สภาพปัญหา และ ความต้องการความช่วยเหลือที่ต่างกัน จำเป็นต้องมีแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาเฉพาะสำหรับ SME ซึ่งมีการเสริมสร้างขีดความสามารถ SMEs เฉพาะกลุ่มประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ที่เป็นการ ส่งเสริมในแต่ละกลุ่ม ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้างผู้ประกอบการใหม่ที่มีมูลค่าสูง (High value startup) การพัฒนา ผู้ประกอบการใหม่ในกลุ่มที่สามารถสร้างมูลค่าได้สูงผ่านกระบวนการอบรมเชิงลึกและบ่มเพาะ สนับสนุนให้มีการพัฒนาศูนย์บ่มเพาะที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น จัดตั้งศูนย์บริการด้านการออกแบบ และความคิดสร้างสรรค์ สนับสนุนการดำเนินงานของ Startup accelerator ให้มีศักยภาพมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม ปรับปรุงกฎระเบียบและกำหนดสิทธิประโยชน์ สำหรับผู้ประกอบการกลุ่มนี้

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจของ SMEs การ พัฒนาความเข้มแข็งของธุรกิจชุมชนและกลุ่มสหกรณ์ เชื่อมโยงให้ SMEs เข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานของ ธุรกิจขนาดใหญ่ รวมทั้งส่งเสริมองค์การเอกชนให้เข้มแข็ง

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาวิสาหกิจฐานรากให้เข้มแข็ง การส่งเสริมให้วิสาหกิจฐานรากมีความรู้ในการประกอบธุรกิจ ส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาดในท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับคุณภาพมาตรฐานให้กับสินค้าและบริการ

3. พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบ เป็นการพัฒนาระบบสนับสนุนที่จะช่วยให้การส่งเสริมและพัฒนา SMEs เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากขึ้น พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SMEs อย่างเป็นระบบประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ที่ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาเครื่องมือการส่งเสริม SMEs ให้มีประสิทธิภาพ การส่งเสริมให้ SMEs เข้าถึงข้อมูล องค์กรความรู้ และการพัฒนาต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพผ่านระบบศูนย์บริการข้อมูล สนับสนุนการใช้ผู้ให้บริการธุรกิจเอกชน (Private service provider) ให้มากขึ้น พัฒนาระบบการให้บริการด้านที่ปรึกษา พี่เลี้ยง นักวิจฉฉฉ และจัดทำระบบการติดตามและประเมินศักยภาพ SMEs รวมทั้งยกระดับการพัฒนามาตรฐานให้กับ SMEs และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่ยังมิให้บริการไม่เพียงพอ

กลยุทธ์ที่ 2 ทบทวนปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ สิทธิประโยชน์ เพื่อเอื้อและลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจของ SMEs การทบทวนปรับปรุงกฎหมาย กฎ ระเบียบต่าง ๆ ที่มีผลต่อการพัฒนา SMEs และกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับ SMEs ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

7. ปัญหาของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) ปัญหาโดยรวมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยยังคงประสบปัญหาต่าง ๆ ดังเช่นในอดีต โดยปัญหาหลักนั้น ได้แก่ การสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ระบบการบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การจำกัดเข้าถึงแหล่งเงินทุน ข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล โดยอธิบายได้ดังนี้

1. ปัญหาการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน เป็นปัญหาหลักที่สำคัญของไทย ซึ่งอุตสาหกรรมไทยที่ผ่านมามีข้อได้เปรียบทางด้านแรงงาน และทรัพยากรมากกว่าความเข้มแข็งทางเทคโนโลยี ธุรกิจอุตสาหกรรมหลายประเภทเติบโตจากการนำเข้าโรงงานเครื่องจักรอุปกรณ์ความรู้ในการผลิต และการจัดการจากต่างประเทศ รวมถึงการเติบโตครั้งใหม่ของภาคอุตสาหกรรมที่เกิดจากการย้ายฐานการผลิต และประเภทอุตสาหกรรมใหม่เพื่อหาความได้เปรียบจากแรงงานราคาถูก ในขณะที่เดียวกันภาคอุตสาหกรรมไทยก็ยังไม่สามารถก้าวสู่การแข่งขันกับประเทศผู้นำการผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มสูงได้ เนื่องจากหากเปรียบเทียบสถานะของอุตสาหกรรมไทยกับประเทศอื่นในด้านระดับเทคโนโลยีการออกแบบต้นทุนในการผลิตและการสร้างความหลากหลายของสินค้า

และบริการ พบว่าอุตสาหกรรมหลายประเภทของไทยต้องเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า แรงกดดันสองทาง (Nut-cracker effect) คือ ติดอยู่ตรงกลางระหว่างประเทศที่มีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนราคา ถูก เช่น จีน เวียดนาม และอินโดนีเซีย กับประเทศที่เป็นผู้นำการสร้างความแตกต่างของมูลค่าเพิ่มสูง แรงงานมีทักษะและมีผลิตภาพสูง มีสินค้าที่มีคุณภาพ โดยสามารถสรุปจากสถานภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเรื่องความสามารถในการแข่งขันด้านต่างๆ เช่น ประสิทธิภาพการผลิต ความสามารถเชิงเทคโนโลยี ความสามารถในการทำนวัตกรรม ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการตลาด ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์

2. ปัญหาความจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากอดีตจนถึงปัจจุบันมักจะประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน และยังไม่สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนได้ เนื่องจากระบบการบริหารจัดการยังขาดความพร้อมที่ระดมทุนเพิ่มหรือชักนำให้เกิดการร่วมทุนได้ เพราะผู้ประกอบการมีความประสงค์ที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจเองโดยทั้งหมด และการกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินมีปัญหาที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ มีสาเหตุมาจากการขาดมาตรฐานด้านการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังไม่มีการจัดทำบัญชีธุรกิจที่ได้มาตรฐาน ทำให้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีโอกาสจำกัดในด้านสินเชื่อทำให้ได้รับสินเชื่อไม่เพียงพอ รวมทั้งปัญหาที่ต้นทุนการกู้ยืมสูงมีค่าการวิเคราะห์ต้นทุนเทียบต่อยอดสินเชื่อที่สูงกว่าสินเชื่อขนาดใหญ่ และต้นทุนอัตราดอกเบี้ยกู้ยืมที่สูงกว่าเนื่องจากมีอัตราเสี่ยงสูงกว่า นอกจากนี้ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีหนี้ที่ก่อให้เกิดรายได้ค่อนข้างมากภายหลังเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ด้านการเงินเมื่อกลางปี 2540 ซึ่งที่ผ่านมายังมิได้รับการแก้ไขให้ลุล่วงไปมากนัก

3. ปัญหาข้อจำกัดด้านธรรมาภิบาล เป็นปัญหาที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาทั้งในเรื่องของความรับผิดชอบ ความโปร่งใส และความเสมอภาคจึงเป็นผลทำให้มีความอ่อนด้อยและเสียเปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ การที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากไม่น้อยเป็นธุรกิจครอบครัว มีผลทำให้การตัดสินใจทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ ดำเนินการโดยเจ้าของธุรกิจเพียงบุคคลเดียวหรือกลุ่มเดียว มีการใช้ข้อมูลที่เป็นระบบในการบริหารจัดการค่อนข้างจำกัด

4. ปัญหาระบบการบริหารจัดการของรัฐในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมาได้ดำเนินการ โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ซึ่งการบริหารจัดการของภาครัฐในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ผ่านมาขาดการจัดการที่เป็นระบบ แม้ว่าในแต่ละเรื่องจะมีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ เช่น ภาคการผลิตมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลักรวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง ภาคการค้ามี

กระทรวงพาณิชย์ ส่วนภาคบริการมีหน่วยงานหลายแห่งร่วมรับผิดชอบ และอุปสรรคที่สำคัญ คือ ขาดการประสานงานและยังไม่ได้กำหนดแผนส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และในระบบแผนปฏิบัติการที่ดำเนินการอยู่ในขณะนี้แต่ละแห่งเป็นการดำเนินงานที่เป็นอิสระ ยังไม่มีการปรับแผนให้สอดคล้องกันทั้งในเรื่องเป้าหมายและขั้นตอนการปฏิบัติงานรวมทั้งขาดการติดตามและประเมินผลที่เชื่อมโยงทั้งระบบด้วยกัน

8. ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีดังนี้

1. การสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน มีดังนี้

1.1 ความสามารถเชิงเทคโนโลยีในการดำเนินการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพียงส่วนน้อยที่นำคอมพิวเตอร์มาช่วยในการออกแบบ (Computer aided design) ในการผลิต (Computer aided manufacturing) และช่วยในการวิเคราะห์ระบบงาน (Computer aided engineering)

1.2 ความสามารถในการดัดแปลงเทคโนโลยี ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากกว่าครึ่ง ที่รายงานว่า รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องจักรที่ออกใหม่และเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยที่สุดในอุตสาหกรรมของตน และแหล่งข้อมูลหลักที่นำแหล่งเทคโนโลยีมาใช้ได้จากความสามารถในการออกแบบเทคโนโลยีเองภายในบริษัท ข้อมูลและคำแนะนำจากลูกค้า สิ่งพิมพ์ นิตยสาร ผู้ผลิตวัตถุดิบ และส่วนประกอบงานนิทรรศการต่าง ๆ

1.3 ความสามารถในการทำนวัตกรรม ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยส่วนใหญ่มีความสามารถในการดัดแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดหรือการดัดแปลงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ไม่มากนัก

1.4 ความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ทำการผลิตชิ้นส่วนตามการเขียนแบบของลูกค้า ทำสินค้าทำตัวอย่าง สามารถออกแบบได้จากภาพหรือแคตตาล็อก และสามารถเขียนแบบตามคุณลักษณะที่ลูกค้ากำหนดได้ตามลำดับ แต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ในขั้นที่สูงขึ้น เช่น การทำสินค้าต้นแบบ มีจำนวนต่ำกว่าครึ่งที่มีความสามารถทำได้ ในขณะเดียวกันการใช้บริการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการผลิตจากภายนอกเพิ่มเติมเพื่อสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังมีน้อยและอยู่ในวงจำกัด

1.5 ความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ธุรกิจส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ในการทำธุรกิจ แต่ไม่ได้ใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และไม่ได้ใช้ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic data interchange) และยังมี

แผนที่จะใช้ในอนาคต ซึ่งการใช้คอมพิวเตอร์ในการทำธุรกิจ ส่วนใหญ่จะใช้โปรแกรมการควบคุม การจัดการทั่วไปเป็นหลัก ธุรกิจทั่วไปหลายรายที่มีการใช้อินเตอร์เน็ตในการหาข้อมูลทางธุรกิจ การหาตลาดใหม่ การหาผู้ขาย และการลงโฆษณาสินค้า

1.6 ความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการตลาด ธุรกิจส่วนใหญ่โดยใช้วิธีการทำ ตลาดเองหรือมีบริษัทในเครือทำการตลาดให้มีเพียงส่วนน้อยที่จ้างบริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาด โดยตรง และส่วนใหญ่ยังขาดหน่วยงานการตลาดที่มีความพร้อมด้านบุคลากรที่มีความสามารถ มาตรฐานรู้ด้านการตลาดเป็นอย่างดี ขาดการกำหนดเป้าหมายทางการตลาดที่สำคัญเป็นลายลักษณ์ อักษร และยังไม่มีการกำหนดแผนการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แต่ละตัวรวมทั้งยังไม่ให้ความสำคัญ กับการสำรวจความพอใจของลูกค้าอย่างเป็นทางการ ธุรกิจมากกว่าครึ่งหนึ่งที่ทำการผลิตสินค้า ภายใต้อตราสินค้าของผู้จ้างผลิตและมีความสามารถในการขายสินค้าสู่ผู้บริโภครายทางน้อยส่วน ใหญ่จะจำหน่ายได้ ผู้ค้าส่งหรือตัวแทนการค้ามากกว่า

1.7 ประสิทธิภาพการผลิตประสิทธิภาพการผลิตของธุรกิจมีแนวโน้มลดลงค่าผลิต ภาพการผลิตรวม และผลิตภาพแรงงานมีแนวโน้มลดลง

1.8 ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ ศักยภาพของแรงงานและทรัพยากร มนุษย์ของธุรกิจมีข้อจำกัดอยู่มากจนเป็นปัญหารากฐานสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภาพ วิชาธุรกิจทางระบบปัญหาที่เป็นอุปสรรคมากได้แก่ การขาดช่างเทคนิคที่มีความสามารถแรงงาน ไทยโดยเฉลี่ยมีการศึกษาดำรงไม่มีการพัฒนาช่างเทคนิคให้ตรงกับความต้องการในการสร้างสินค้า ประเภทใหม่ปัญหาการขาดวิสัยทัศน์ของช่างเทคนิคที่จะทำหน้าที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้อย่างมี ประสิทธิภาพ รวมทั้งปัญหาของการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ให้เกิดขึ้น โดยต่อเนื่อง

1.9 ความไม่พอต่อการเปิดเสรีของตลาดสินค้าตลาดทุนและตลาดเงินเนื่องจากมี จุดอ่อนและจุดด้อยในหลาย ๆ เรื่องทำให้ประสบกับปัญหาสำคัญคือ การแข่งขันจากต่างประเทศ โดยผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงในปัจจุบัน คือภาคการค้าปลีกที่ไม่สามารถ แข่งขันกับธุรกิจข้ามชาติขนาดใหญ่ได้ เนื่องจากธุรกิจขนาดใหญ่มีข้อได้เปรียบในเรื่องของเงินทุน และการบริหารจัดการที่ดีกว่า

2. ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

2.1 ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถระดมทุนผ่านตลาดทุนได้เนื่องจาก ระบบการบริหารจัดการยังขาดความพร้อมที่ระดมทุนเพิ่ม หรือชักนำให้เกิดการร่วมทุนได้ ประกอบกับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีความประสงค์ที่จะเป็นเจ้าของธุรกิจเอง ทั้งหมด

2.2 การกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินมีปัญหาที่ไม่สามารถเข้าถึงได้เนื่องจากการขาดมาตรการด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยังไม่มีการจัดทำบัญชีธุรกิจที่ได้มาตรฐานทำให้ธุรกิจมีโอกาสจำกัดในด้านสินเชื่อ ได้รับสินเชื่อที่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจรวมทั้งปัญหาที่ได้ต้นทุนของการกู้ยืมที่สูง

2.3 ข้อจำกัดด้านหลักธรรมาภิบาล ธุรกิจส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดด้านหลักธรรมาภิบาลในเรื่องของความรับผิดชอบความโปร่งใสและความเสมอภาคจึงเป็นผลทำให้มีข้อบกพร่องและจุดด้อยที่เสียเปรียบธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนไม่น้อยที่เป็นธุรกิจครอบครัวมีผลให้การตัดสินใจทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการดำเนินการโดยเจ้าของธุรกิจเพียงคนเดียวหรือกลุ่มเดียวมีการใช้ข้อมูลที่เป็นระบบในการบริหารจัดการค่อนข้างจำกัดการระบบงานที่ชัดเจนรวมทั้งการแนวคิดในการสร้างจิตสำนึกของบุคลากรในองค์กรที่จะนำแนวคิดด้านหลักธรรมาภิบาลมาใช้

2.4 ระบบการบริหารจัดการของภาครัฐในการส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมการบริหารจัดการของภาครัฐที่ผ่านมาซึ่งการจัดการที่เป็นระบบและว่าในแต่ละเรื่องจะมีหน่วยงานหลักรับผิดชอบ เช่นภาคการผลิตจะมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมเป็นหน่วยงานหลัก รวมทั้งหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการค้ามีกระทรวงพาณิชย์ส่วนภาคบริการมีหน่วยงานหลายแห่งร่วมรับผิดชอบ อุปสรรคที่สำคัญคือ ยังขาดการประสานงานที่ดีและมีประสิทธิภาพยังไม่มีกำหนดแผนส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางระบบ

3. สถานการณ์และปัญหาของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม สภาพโดยรวมของกลุ่มธุรกิจทั่วไปในด้านการผลิตของกลุ่มธุรกิจทั่วไปยังมีรูปแบบการผลิตเป็นจำนวนมาก เพื่อลดต้นทุนทางด้านการผลิต นอกจากนั้นยังเป็นการผลิตแบบรับช่วงของการผลิตทำให้ส่งผลเชื่อมโยงไปถึงด้านการตลาด ที่ไม่สามารถรับรู้ถึงความต้องการของตลาดที่แท้จริงในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

4. ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของภาครัฐ กลุ่มธุรกิจทั่วไปจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการเช่นเป็นโรงงานห้องแถวไม่มีการจดทะเบียน โรงงานดั่งนั้นกิจการหรือโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐหรือแม้แต่เกิดกิจการที่มีการจดทะเบียนถูกต้องก็มักจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐเนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องภาษี การรักษาสภาพแวดล้อม และขาดข้อมูลทางด้านการเข้าถึงบริการของรัฐเช่น ไม่รู้แหล่งที่ตั้ง ขาดความรู้เรื่องกฎระเบียบราชการ ทำให้ไม่ทันกับยุคสมัยการเปิดเสรีทางการค้า

5. ปัญหาทางด้านการตลาดธุรกิจทั่วไปประสบปัญหาทางด้านการตลาดที่สำคัญ คือ ขาดความรู้ในการพัฒนาช่องทางทางการตลาด เนื่องจากธุรกิจทั่วไปใช้ช่องทางทางการตลาดแบบดั้งเดิม ทำให้

ยากต่อการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ปัจจุบันมีความซับซ้อนและหลากหลายยิ่งขึ้น ทำให้วิสาหกิจทั่วไปสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขัน และยังเป็นการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่นหรือตลาดภายในประเทศเป็นหลัก ทำให้ไม่ทันกับยุคสมัยการเปิดเสรีทางการค้า

6. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ประกอบปัญหาสำคัญดังนี้

6.1 ปัญหาการขาดพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานทำให้มาตรฐานของสินค้าและบริการของกลุ่มธุรกิจทั่วไปไม่เป็นที่ยอมรับของตลาด

6.2 ปัญหาการขาดการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ ๆ ตามหาสินค้าของกลุ่มธุรกิจทั่วไปไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งความต้องการของผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา

ตารางที่ 4 จากการทบทวนปัญหาของผู้ประกอบการ SMEs ผู้วิจัยสรุปปัจจัยในการบริหารของแต่ละแนวคิดได้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2559)

ประเด็นปัญหา	ลักษณะของปัญหา
1. ปัญหาการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน	1.1 สูญเสียความสามารถในการใช้เทคโนโลยี 1.2 สูญเสียความสามารถในการทำนวัตกรรม 1.3 สูญเสียความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1.4 สูญเสียความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 1.5 สูญเสียความสามารถในการดำเนินกิจกรรมการตลาด 1.6 สูญเสียการผลิตประสิทธิภาพการผลิตของธุรกิจมีแนวโน้มลดลง 1.7 สูญเสียศักยภาพของแรงงานและทรัพยากรมนุษย์
2. ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	2.1 ธุรกิจ SMEs ยังขาดความพร้อมที่จะระดมทุนเนื่องจากผู้ประกอบการต้องการเป็นเจ้าของธุรกิจทั้งหมด 2.2 การกู้ยืมผ่านสถาบันการเงินมีปัญหา 2.3 ข้อจำกัดในหลักธรรมาภิบาล เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่ขาดความโปร่งใส 2.4 ระบบการบริหารจัดการภาครัฐยังขาดการประสานงานที่ดี

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเด็นปัญหา	ลักษณะของปัญหา
3. สถานการณ์และปัญหาของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม	ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่จะผลิตสินค้าจำนวนมาก แต่ไม่ได้รับรู้ถึงความต้องการของตลาดแท้จริง
4. ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของภาครัฐ	กลุ่มธุรกิจจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการแบบไม่เป็นทางการทำให้เข้าถึงหรือไม่ได้รับโอกาสช่วยเหลือจากภาครัฐ
5. ปัญหาทางด้านการตลาด	ขาดความรู้ในการในการพัฒนาช่องทางการตลาด
6. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์	6.1 ขาดพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน 6.2 ขาดการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ ๆ

จากตารางข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีปัญหา 6 ประเด็นปัญหา ได้แก่ ปัญหาการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สถานการณ์และปัญหาของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของภาครัฐ ปัญหาทางด้านการตลาด และ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกปัญหา 5 ประเด็นปัญหามาเป็นกรอบแนวทางการศึกษาเนื่องจากมีความสอดคล้องและเกี่ยวข้องกับบริบทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอัญมณี ซึ่งได้แก่

1. ปัญหาการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน
2. ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
3. ปัญหาในการเข้าถึงการบริการของภาครัฐ
4. ปัญหาทางด้านการตลาด
5. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ยกเว้นปัญหาสถานการณ์ของกลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยไม่ได้นำแนวทางในการศึกษา เนื่องจากธุรกิจอัญมณี เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งผู้ประกอบการผลิตสินค้ามาเป็นจำนวนมากตามความต้องการของลูกค้า

นโยบายเกี่ยวกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นธุรกิจที่มีส่วนแบ่งตลาดสูง การเจริญเติบโตสูง และทำกำไรสูง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าสูง ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ มีการจ้างงาน ในระบบเศรษฐกิจกว่า 900,000 คน กระทรวงการคลัง จึงเล็งเห็นโอกาสในการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง การค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก (The World's Jewelry Hub) โดยออกมาตรการเพื่อส่งเสริมร่วมกับ กระทรวงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงแรงงาน และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดังนี้ (สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง (2560))

1. มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก ยกเว้นอากรขาเข้าสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับใน 71 จำนวน 32 ประเภทย่อย เช่น เครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณ เครื่องทองหรือเครื่องเงิน เครื่องประดับที่ทำด้วยไข่มุก เป็นต้น

2. มาตรการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

2.1 มาตรการทางภาษีให้ผู้ประกอบการสามารถหักรายจ่ายได้สองเท่าสำหรับรายจ่ายประเภทเงินเดือนและค่าจ้างของแรงงานที่เป็นช่างเครื่องประดับเป็นเวลาสามรอบระยะเวลาบัญชี โดยช่างเครื่องประดับจะต้องจดทะเบียนกับกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ซึ่งจะเป็นการจูงใจให้ผู้ประกอบการจ้างแรงงาน ที่มีทักษะฝีมือเพื่อเป็นการอนุรักษ์การผลิตที่เป็นอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของไทย

2.2 มาตรการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และกรมส่งเสริมธุรกิจจะกำหนดมาตรการเพื่อจัดทำและพัฒนามาตรฐานสินค้าให้เป็นที่ยอมรับในตลาดโลก รวมทั้งการกำหนดตราสัญลักษณ์กลางที่ใช้ รับประกันคุณภาพ และการจัดการออกแบบเครื่องประดับนานาชาติ

2.3 มาตรการยกระดับฝีมือแรงงานในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ กระทรวงพาณิชย์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) กรมส่งเสริมธุรกิจ และกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน จะกำหนดมาตรการเพื่อพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยีการผลิตจากผู้ประกอบการรายใหญ่และผู้เชี่ยวชาญในต่างประเทศไปสู่ผู้ผลิตรายย่อย การจัดตั้งโรงเรียนเฉพาะทางเพื่อส่งเสริมและพัฒนาช่างศิลป์ และการพัฒนาทายาทช่างฝีมือเพื่ออนุรักษ์การผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย

2.4 มาตรการทางการเงิน ขยายระยะเวลาดำเนินการสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำเพื่อปรับเปลี่ยนเครื่องจักรและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ให้สามารถยื่นขอสินเชื่อ หรือจนกว่าวงเงินที่กำหนดไว้จะถูกจัดสรรหมด แล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งถึงก่อน และธนาคารออมสินเบิกจ่ายสินเชื่อ หรือจนกว่าวงเงินที่กำหนดไว้จะถูกจัดสรรหมด แล้วแต่อย่างใดอย่างหนึ่งถึงก่อน และธนาคารออมสินเบิกจ่ายสินเชื่อให้

3. มาตรการส่งเสริมด้านการตลาด ให้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีคุณภาพ การประชาสัมพันธ์แหล่งการท่องเที่ยวในย่านการค้าที่สำคัญ เช่น แหล่งการค้าอัญมณีและเครื่องประดับย่านถนนสีลม เจริญกรุง มหเสถียร ในจังหวัดกรุงเทพฯ ศูนย์กลางการค้าพลอยสี ย่านถนนศรีจันทร์ ในจังหวัดจันทบุรี ศูนย์กลางการค้าพลอยสีที่ข้ามแดนมาจากเมียนมาร์ ย่านถนนประสาธน์วิภา ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นต้น การจัดแสดงสินค้าในงาน Thailand Grand Sale รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีคุณภาพให้แก่นักท่องเที่ยวบนสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในสายการบิน เป็นต้น เพื่อสนับสนุนให้อัญมณีและเครื่องประดับไทย เป็นที่รู้จักและมีการซื้อขายเพิ่มมากขึ้น

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (2557-2560) สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรีมีชื่อเสียงด้านการเจียรไนพลอย การเผาพลอยเพื่อเพิ่มมูลค่า ซึ่งเป็นความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบกับปัจจุบันจังหวัดจันทบุรีเป็นศูนย์กลางซื้อขายอัญมณีแหล่งใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และอาเซียน โดยกำหนดให้อัญมณีและเครื่องประดับปรากฏอยู่ในคำขวัญประจำจังหวัดและกำหนดควีสัญลักษณ์และเป็ประสงค์ เพื่อให้จันทบุรีเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลกโดยเสนอยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย (1) จัดตั้งสถาบันอัญมณีศาสตร์เพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์และทักษะฝีมือรวมทั้งการรับรองคุณภาพ (2) ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์บริหารจัดการอัญมณี ประกอบด้วยศูนย์แสดงสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับ (Gems Pavilion) พิพิธภัณฑ์อัญมณี (Gems Museum) ศูนย์ซื้อขายแลกเปลี่ยนอัญมณี (Gems Exchange) ห้องปฏิบัติการด้านอัญมณี (Gems Bank) และ ธนาคารหรือศูนย์รับฝากอัญมณี (Gems Bank) เพื่อขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์อัญมณีของจังหวัด ณ บริเวณทุ่งดอนแดง ตำบลตลาด อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี

กระทรวงศึกษาธิการ ในจังหวัดจันทบุรี มี 2 สถาบัน คือ

1. มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี คณะอัญมณี ตั้งขึ้นตามมติคณะรัฐมนตรีเพื่อผลิตบัณฑิตให้เพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมให้มีศักยภาพแข่งขันกับตลาดโลก มีการบูรณาการเรียนการสอน วิทยาศาสตร์ ศิลปกรรมศาสตร์ และบริหารธุรกิจ ปัจจุบันเปิดสอน 3 หลักสูตร ได้แก่ (1) หลักสูตรวิทยาศาสตร์ บัณฑิตสาขาวิชาอัญมณีและเครื่องประดับ (2) หลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ (3) หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์ บัณฑิตสาขาวิชาการออกแบบ เครื่องประดับ และ คณะอัญมณีศาสตร์และประยุกต์ศิลปะ

2. มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี โดย คณะอัญมณีศาสตร์ จัดตั้งขึ้นเมื่อปี 2553 เปิดสอน (1) หลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต (อัญมณีศาสตร์) เพื่อผลิต บัณฑิตให้ประกอบอาชีพเป็นนักออกแบบเครื่องประดับ นักวิเคราะห์อัญมณี นักการตลาดด้านอัญมณี ผู้ประกอบการด้านอัญมณี และเจ้าหน้าที่ควบคุมคุณภาพอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นต้น และ (2) ศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต (ออกแบบผลิตภัณฑ์) เพื่อผลิตบัณฑิตให้ประกอบอาชีพเป็นนักออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product designer) เช่น เฟอร์นิเจอร์ เครื่องประดับ เซรามิกซ์ และผลิตภัณฑ์ชุมชน และนักออกแบบกราฟิก เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ บรรจุภัณฑ์ ป้าย และเว็บไซต์ เป็นต้น

กระทรวงมหาดไทย มีการกำหนดให้จันทบุรี มีวิสัยทัศน์ ดังนี้

จังหวัดจันทบุรีกำหนดวิสัยทัศน์ “จันทบุรีเป็นศูนย์กลางการค้าผลไม้ปลอดสารพิษ และเป็นแหล่งค้าพลอยชั้นดีของโลก ประชาชนอยู่ในสังคมร่มเย็นเป็นสุข” ในส่วนที่เกี่ยวกับอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรีมีความชัดเจนในการพัฒนาเป็นแหล่งค้าพลอยชั้นดีของโลก และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่อัญมณีเพื่อขยายฐานลูกค้าระดับบน และระดับสูง เนื่องจากจังหวัดจันทบุรีมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักด้านการเจียระไนพลอย การเผาพลอยเพื่อเพิ่มมูลค่า และการเป็นศูนย์กลางการซื้อขายอัญมณีแหล่งใหญ่ที่สุดของไทยและภูมิภาคอาเซียน และมีแรงงานในจังหวัดไม่น้อยกว่า 100,000 คนที่อยู่ในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของจังหวัดจันทบุรี อย่างไรก็ตามจันทบุรียังเสียเปรียบประเทศคู่แข่ง เช่น ศรีลังกา และจีน ที่ได้เปรียบด้านแหล่งวัตถุดิบ ต้นทุนแรงงาน และประสิทธิภาพการค้า ระหว่างประเทศ อีกทั้งอำนาจต่อรองการค้าอัญมณีในจังหวัดจันทบุรียังอยู่ในมือของผู้ซื้อชาวต่างชาติที่รวมตัวกัน กำหนดราคาและปริมาณการซื้อ (ฮั่ว) ในปี 2554 จังหวัดจันทบุรี โดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี จัดทำโครงการส่งเสริมและพัฒนาตลาดอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี เพื่อเสริมสร้างศักยภาพการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี โดยมีแนวทางการดำเนินงานที่สำคัญ ดังนี้

1. จัดตั้งศูนย์รวบรวมข้อมูลและบริหารจัดการ อัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี

2. รมรงค์ให้ผู้ประกอบการค้าอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรีรักษามาตรฐาน การประกันคุณภาพสินค้า และใช้ใบรับรอง (Certificate) สินค้าเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า

3. ส่งเสริมผู้ประกอบการฯ จัดทำเว็บไซต์และเปิดช่องทางการจำหน่ายแบบ E-Commerce

4. ขยายตลาดภายในประเทศ โดย ใช้การประชาสัมพันธ์เชิงรุก การจัดงานแสดง และจำหน่ายสินค้า และการเดินสาย Roadshow ไปยังภาคต่าง ๆ

5. ขยายตลาดต่างประเทศ โดยจัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจกับผู้ซื้อต่างชาติและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติในไทยและต่างประเทศ

6. ส่งเสริมการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Cluster) และเชื่อมโยง อุตสาหกรรมอัญมณี นอกจากนี้ ในปี 2556 จังหวัดจันทบุรีร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชนมีนโยบายผลักดันจัดตั้ง นครอัญมณี ของจังหวัดจันทบุรี และพยายามเชื่อมโยงการค้าวัตถุดิบจากภูมิภาคแอฟริกา เช่น โมซัมบิก แทนซาเนีย และ มาดากัสการ์ เพื่อให้สามารถเข้าค้าขายในจังหวัดจันทบุรีได้เพื่อผลักดันให้จันทบุรี เป็นศูนย์กลางการค้าและเป็นพื้นที่ ปลอดภัยเพื่อกระตุ้นให้มีกิจกรรมการค้าอัญมณีเพิ่มขึ้น

ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการ (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

1. รายชื่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีในจังหวัดจันทบุรี ที่จดทะเบียนการค้า (กรมสรรพากร, 2560)

1. บริษัทอินโด สยาม เอ็กซ์พอร์ต จก. ที่อยู่ 53/2 ตำบล วัดใหม่ อำเภอ เมือง จังหวัด จันทบุรี

2. บริษัทซึ้ง เจมส์ จำกัด 35/3 ตำบล จันทนิมิต อำเภอ เมือง จังหวัด จันทบุรี

3. บริษัทจันทบุรี บุญคุ้มครอง สโตน แพลตอรรี่ กรุ๊ป จำกัด ที่อยู่ 62/62 ตำบล เกาะขวาง อำเภอ เมือง จังหวัด จันทบุรี

4. บริษัทเอ็กซ์เพิร์ต เจมส์ แมนูแฟคเจอร์ จำกัด ที่อยู่ 17/9 ตำบล วัดใหม่ อำเภอ เมือง จังหวัด จันทบุรี

5. บริษัทเจมส์บอร์น (1976) จำกัด ที่อยู่ 35/105-106 – ตำบล จันทนิมิต อำเภอ เมือง จังหวัด จันทบุรี

6. บริษัททีเลียเบิ้ล เจมส์ จำกัด ที่อยู่ 19/13-14 แจ่มจันทร์ ตำบล วัดใหม่ อำเภอ เมือง จังหวัด จันทบุรี

7. บริษัทเจมส์ รัฟ จำกัด ที่อยู่ 149/7 ตรีนันท์ 12 ต.จันทนิมิต อำเภอ เมือง จังหวัด จันทบุรี

8. บริษัทริชาร์ป เจมส์ จำกัด ที่อยู่ 181/19 – ตำบล จันทนิมิต อำเภอ เมือง
จังหวัด จันทบุรี

9. บริษัทเจมส์บุรี จำกัด ที่อยู่ 48/42 - ต.พลับพลา อำเภอ เมือง จังหวัด จันทบุรี

10. บริษัทเอสเอสเอ็น เซล แอนด์ ดิสทริบิวชั่น จำกัด ที่อยู่ 29/1 ตำบล วัดใหม่
อำเภอเมือง จังหวัด จันทบุรี

11. บริษัทสุทธิกานต์ เจมส์ แอนด์ จิวเวลรี่ จำกัด ที่อยู่ 43/100 ต.เกาะขวาง อำเภอ เมือง
จังหวัด จันทบุรี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรพร สมเสมอ (2551) ศึกษาเรื่องปัญหาและความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์และแนวโน้มการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย 2) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนา ศักยภาพในการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในจังหวัด เชียงรายและ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 รายการศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจประเภทธุรกิจการ บริการขนาดย่อม รูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว มีจำนวนพนักงาน 1-30 คน เงินทุนจดทะเบียน ไม่ เกิน 1,000,000 บาท มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมาแล้ว 5 ปีพบปัญหาในการประกอบธุรกิจ 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการตลาด พบปัญหาค่าสั่งซื้อของผู้บริโภคลดลง 2) ด้านการเงิน พบปัญหา เงินทุนหมุนเวียนและเงินลงทุนเริ่มต้น ไม่เพียงพอ 3) ด้านเทคโนโลยีและการผลิต การค้า การบริการ พบปัญหาค้น ทุนการขนส่งสูง 4) ด้านการบริหารงานบุคคล พบปัญหาค่าจ้างแรงงานสูง 5) ด้านการบริหารจัดการ พบปัญหาขาดความรู้ในการน าระบบสารสนเทศและเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ ทันสมัยมาใช้ในการบริหารองค์การ และ 6) ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน พบปัญหาการประชาสัมพันธ์มาตรการในการสนับสนุน SMEs ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการ พัฒนาศักยภาพในแต่ละด้านดังนี้ ด้านการตลาดต้องการ การฝึกอบรมการจัดทำ แผนธุรกิจ ด้านการเงินต้องการมีสถาบันการเงินให้ความช่วยเหลือด้าน เงินทุนหมุนเวียนให้กู้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำ ด้านการใช้เทคโนโลยีและการผลิต การค้า การบริการต้องการการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การค้า การบริการด้านการ

บริหารงานบุคคลต้องการการ สร้างความจงรักภักดีต่อหน่วยงานให้กับพนักงาน ด้านการบริหารจัดการต้องการฝึกอบรมเทคนิค การจัดการสมัยใหม่ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต้องการการ เพิ่มวิธีการวางแผนพัฒนาผู้ประกอบการ สถานการณ์และแนวโน้มการประกอบธุรกิจในจังหวัดเชียงรายมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สถิติการจดทะเบียนธุรกิจพบว่า ประเภทธุรกิจที่มาจดทะเบียนมากที่สุด ได้แก่ธุรกิจค้าปลีก ค้าส่งธุรกิจที่มีแนวโน้มที่จะได้รับการส่งเสริมการลงทุนและมีศักยภาพทางการลงทุน ได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูปสินค้าเกษตร ธุรกิจที่ได้รับความสนใจและลงทุนมากที่สุด ได้แก่ธุรกิจด้าน โลจิสติกส์

บุญเพ็ง ศรีบุญทิ (2551) ศึกษาเรื่องสภาพปัญหาของธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในทัศนะผู้ประกอบการและลูกค้าในเขตอำเภอเมืองปากเซ จังหวัดจำปาสัก การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาของธุรกิจร้านค้าขนาดย่อม ตามทัศนะของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ในเขตอำเภอเมือง ปากเซ แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเพื่อเปรียบเทียบสภาพและปัญหาธุรกิจขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ด้านผลิตภาพและคุณภาพด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดจำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการและผู้บริโภค ได้แก่ ประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศอายุภูมิลำเนา สัญชาติ การศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ประกอบการธุรกิจการผลิต เจ้าของร้านค้าปลีกขนาดเล็กผู้ประกอบการกิจการบริการต่าง ๆ จำนวน 182 คน และลูกค้าธุรกิจตามครัวเรือนต่าง ๆ ในเขตอำเภอ เมืองปากเซ จำนวน 182 คน กำหนดขนาดตัวอย่างตามวิธีแบ่งชั้นภูมิเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่า t และการทดสอบค่า F

ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างที่ ศึกษาเป็นเพศหญิงร้อยละ 61.5 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-35 ปี และ 36-50 ปีภูมิลำเนาส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลอำเภอปากเซ ส่วนระดับการศึกษาจบมัธยมศึกษาตอนปลายมากที่สุด ร้อยละ 43.6 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นผู้ประกอบการ ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามเป็นลูกค้าส่วนใหญ่รับราชการ รายได้ต่อปีส่วนใหญ่ไม่เกิน 8 ล้านบาท กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นผู้ค้าปลีกระยะเวลาประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จะอยู่ในระยะ 4-8 ปีผู้ประกอบการดำเนินกิจการ โดยไม่ได้เป็นเจ้าของพนักงานร้อยละ 39 ส่วนผู้ประกอบการที่มีลูกจ้าง ส่วนมากจะจ่ายค่าจ้างต่อปี 2.1-5 ล้านบาทต่อคน รายได้จากการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่จะมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 2 ล้านบาท ส่วนภาษีที่ ปล่อยให้รัฐบาลต่อปีกลุ่มตัวอย่างจะจ่าย 1.2-10 ล้านบาทมากที่สุด

2. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านผลิตภาพและคุณภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ ปานกลาง

3. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

4. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างกัน

5. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีอายุ 21-35 ปี และอายุ 36-50 ปีมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมืองปากเซ ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

6. ผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีวุฒิการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนปลายวิชาชีพ และปริญญาตรี ปริญญาโท มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

7. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อม ในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกับ กับผู้มีสถานภาพสมรสและหย่าร้าง

8. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัญชาติลาวกับผู้ที่ มีสัญชาติต่างด้าวและกลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ในด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

9. กลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตเทศบาลกับกลุ่มตัวอย่างที่มีภูมิลำเนาอยู่นอกเขตเทศบาล มีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ ด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

10. กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อสภาพการดำเนินธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในเขตเทศบาลเมืองปากเซ ในรายด้าน คือด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

สุธีรา อะทะวงษา (2556) ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ตามทะเบียนรายชื่อผู้ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ โดยกรมการส่งเสริมการส่งออกกระทรวงพาณิชย์ จำนวน 290 ราย เป็นการศึกษาเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนาร้อยละ

ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณด้วยวิธี Least significant difference

ผลการศึกษาปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจพบว่าด้านการผลิตผู้ประกอบการประสบปัญหาด้านวัตถุดิบมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านแรงงานด้านเทคโนโลยี และด้านเงินทุนส่วนด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าผู้ประกอบการประสบปัญหาด้านราคามากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดนอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาด้านสภาพแวดล้อมภายในภายนอกธุรกิจผู้ประกอบการประสบปัญหา มากที่สุดในเรื่องสถานะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าเราลงมาเป็นปัญหาเกี่ยวกับสถานะการแข่งขันจากคู่แข่งและปัญหาด้านการเมืองและกฎหมายของประเทศคู่ค้าทางลำดับ

วิมล พรชัยวัฒนากร (2550) การศึกษาปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการในการจ้างแรงงานต่างด้าว ศึกษากรณีฟาร์มเลี้ยงสุกรในพื้นที่จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการในการจ้างแรงงานต่างด้าวของฟาร์มเลี้ยงสุกรในพื้นที่จังหวัดชลบุรี 2) เปรียบเทียบความแตกต่างปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการในการจ้างแรงงานต่างด้าวของฟาร์มสุกรในพื้นที่จังหวัดชลบุรี จำแนกตามความ พันธุ์สุกร สถานที่ตั้งฟาร์มและ สัญชาติแรงงานต่างด้าว ประชากรที่ศึกษาได้แก่ ผู้ลงทะเบียนการเลี้ยงสุกรกับสำนักงานปศุสัตว์จังหวัดชลบุรี จดทะเบียนใช้แรงงานต่างด้าวกับสำนักงานจังหวัดจันทบุรีจำนวน 71 คน โดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจ และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่าปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการในการจ้างแรงงานต่างด้าวในภาพรวม 5 ด้านพบว่าปัญหาอุปสรรคอยู่ในระดับมาก โดยปัญหาด้านแรงงานต่างด้าวมีปัญหา มากในเรื่องความกระตือรือร้นต่อการทำงาน รองลงมาด้านแรงงาน โดยในเรื่องการขาดแคลนแรงงานคนไทยจำเป็นต้องเลือกใช้แรงงานต่างด้าว ปัญหาอุปสรรคด้านการบริหารและการจัดการ โดยในเรื่องค่าจ้างแรงงานมีปัญหา มาก และปัญหาอุปสรรคด้านสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานมีปัญหามากในเรื่องความแตกต่างระหว่างภาษาสำหรับปัญหาอุปสรรคในระบบราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีปัญหาบ้างในเรื่องการติดต่อกับสำนักงานแรงงานจังหวัดและเมื่อเปรียบเทียบปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการพบว่าผู้ประกอบการมีความ พันธุ์สุกรฐานการมี ปัญหาอุปสรรคแตกต่างกันอยู่ในระดับมากทุกด้านและผู้ประกอบการที่มีหลักฐานที่ตั้งความคั่นมี ปัญหาอุปสรรคมากที่สุดได้แก่อำเภอบ้านบึงอำเภอมือเมืองชลบุรีสำหรับผู้ประกอบการที่มีสัญชาติ

แรงงานต่างด้าวฐานการมีปัญหาอุปสรรคต่างกันซึ่งได้แก่สัญชาติพม่าลาวกัมพูชามีปัญหาอุปสรรคอยู่ในระดับปาน

ธวัชพล ทิพยารมณ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) ระดับปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยในด้านการเตรียมเอกพันธ์เพื่อส่งออกด้านการตลาดและด้านการแข่งขัน 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของลักษณะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีและจำนวนชนิดของผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีต่อปัญหาการดำเนินงานของผู้ส่งออกเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยทั้งหมดจำนวน 182 รายเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามให้นำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ One-way ANOVA

ผลสรุปการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ดัชนีปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับผลกระทบในด้านต่าง ๆ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือด้านการแข่งขันด้านการตลาดและด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก

2. การเปรียบเทียบระดับปัญหาการพัฒนาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยที่แตกต่างกันพบว่าผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออกมูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีและจำนวนผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่แตกต่างกันมีปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกและแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ชาญชัย จินดาพล (2554) ศึกษาเรื่องปัญหาการเมืองส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาผลกระทบของปัญหาการเมืองต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยทำแบบสอบถามการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ จำนวน 400 ตัวอย่างจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ในพื้นที่สี่ลม 100 ราย สุขุมวิท 100 ราย เพชรบุรี 100 ราย ถนนข้าวสาร 100 ราย ในช่วงเดือนพฤษภาคม พฤษภาคม พ.ศ 2554 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ 2554 ซึ่งการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นนักศึกษาเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัดลักษณะของ

กิจการจะเป็นแบบนำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ระยะดำเนินธุรกิจระหว่าง 5-10 ปี ค่าใช้จ่ายจะเป็นค่าเช่าสถานที่ค่าจ้างคนงานและค่าสมาชิกกับองค์กรท่องเที่ยว วิธีการติดต่อลูกค้าจะเน้นทางอินเทอร์เน็ตรับช่วงจากบริษัทอื่น และลูกค้ามาหาเองจำนวนคนงานประจำจะมากกว่า 3 คน

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาถึงผลกระทบจาก ปัญหาการเมือง ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีคุณภาพลดขนาดลง มีค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้น ต้องปรับปรุง ราคาโปรแกรมทัวร์ลดลงต้องเปลี่ยนการทำการตลาดจากลูกค้ากลุ่มเดิม คือ อเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เปลี่ยนเป็นการตลาด มาเลเซียและอินเดียซึ่งปัญหาการบริการลูกค้า กลุ่มใหม่ยังคงมีอยู่กรณีรัฐบาลให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการมีความเห็นว่า มีความเชื่อมั่นต่ำกว่าร้อยละต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ลูกค้าทัวร์ลดลงร้อยละ 50 จากปัญหาความไม่สงบทำให้รายได้ ลดลงร้อยละ 100 ทำให้ที่ลดลงจะเป็นลูกค้าที่เดินทางประจำ

ส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาระดับผลกระทบ ผลการวิจัย พบว่า สาเหตุที่ทำให้ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเกิดจากความไม่สงบจากการขัดแย้งภายในประเทศ ปัญหาการเมืองภายในประเทศ มากที่สุด ประเด็นที่ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาแก้ไข คือ สร้างแนวทาง ในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว มีแหล่งเงินทุนเข้ามาดูแลผู้ประกอบการ ควรทำแผนเชิงรุกเพื่อรองรับวิกฤติด้านการท่องเที่ยวควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังควรมี ความไม่สงบภายในประเทศโดยตรง และรวดเร็วมีระบบ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ทั้งประเด็นปัญหาและความต้องการในการพัฒนาธุรกิจข้างต้น ผู้วิจัยสรุปปัญหาของธุรกิจและความต้องการในการพัฒนาธุรกิจของงานวิจัยแต่ละเล่มได้ดังตารางที่ 2 ถึง 5

ตารางที่ 5 สรุปผลการศึกษาของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและความต้องการในการพัฒนาธุรกิจ SMEs

งานวิจัย	เครื่องมือในการวิจัย	การศึกษาพบว่า
ภัทรพร สมเสมอ (2551) ศึกษาเรื่องปัญหาและความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงราย	แบบสอบถาม	<p>1. ปัญหาในการประกอบธุรกิจ 6 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการตลาด พบปัญหา กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง 2) ด้านการเงิน พบปัญหา เงินทุนหมุนเวียน และเงินลงทุนเริ่มต้น ไม่เพียงพอ 3) ด้านเทคโนโลยีและการผลิต/ การค้า/ การบริการ พบปัญหา ต้นทุนการขนส่งสูง 4) ด้านการบริหารงานบุคคล พบปัญหา ค่าจ้างแรงงานสูง 5) ด้านการบริหารจัดการ พบปัญหา ขาดความรู้ในการนาระบบสารสนเทศและเครื่องมือ/ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริหารองค์กร และ 6) ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน พบปัญหา การประชาสัมพันธ์มาตรการในการสนับสนุน SMEs ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2. ความต้องการพัฒนาศักยภาพในแต่ละด้านดังนี้ ด้านการตลาด ต้องการการฝึกอบรมการจัดทำแผนธุรกิจ ด้านการเงิน ต้องการมีสถาบันการเงินให้ความช่วยเหลือด้าน เงินทุนหมุนเวียนให้กู้ในอัตราดอกเบี้ย ด้านการใช้เทคโนโลยีและการผลิต/ การค้า/ การบริการ ต้องการการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การค้า การบริการด้านการบริหารงานบุคคล ต้องการการ สร้างความจงรักภักดีต่อหน่วยงานให้กับพนักงาน ด้านการบริหารจัดการ ต้องการฝึกอบรมเทคนิค เป็นต้น</p>

ตารางที่ 5 (ต่อ)

งานวิจัย	เครื่องมือในการวิจัย	การศึกษาพบว่า
บุญเพ็ง ศรีนุญิต (2551) ศึกษาเรื่องสภาพปัญหาของธุรกิจ ร้านค้าขนาดย่อมใน ทิศนะ ผู้ประกอบการและลูกค้าในเขต อำเภอเมืองปากเซ จังหวัดจาลปาก	แบบสอบถาม	1. ปัญหาธุรกิจขนาดย่อมในเขตอำเภอเมืองปากเซ คือ ด้านผลิตภาพ และคุณภาพ ด้านบุคลากร ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการและผู้บริโภค
สุชีรา เข้มเกตุ (2555) ศึกษาเรื่องปัญหาการส่งออกอัญ มณีและเครื่องประดับของธุรกิจ ส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ของไทย	แบบสอบถาม	ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจพบว่าด้านการผลิต ผู้ประกอบการประสบปัญหาด้านวัตถุดิบมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านแรงงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านเงินทุนส่วนด้านปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาด ตามลำดับ เป็นต้น
วิมล พรชัยวัฒนากร (2550) ปัญหา อุปสรรคของผู้ประกอบการในการ จ้างแรงงานต่างด้าว :ศึกษากรณี ฟาร์มเลี้ยงสุกรในพื้นที่จังหวัด ชลบุรี	แบบสอบถาม	ปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการในการจ้างแรงงานต่างด้าวใน ภาพรวม 5 ด้านพบว่ามีปัญหาอุปสรรคอยู่ในระดับมาก โดยปัญหา ด้านแรงงานต่างด้าวมีปัญหามากในเรื่องความกระตือรือร้นต่อการ ทำงาน รองลงมาด้านแรงงาน โดยในเรื่องการขาดแคลนแรงงานคน ไทยจำเป็นต้องเลือกใช้แรงงานต่างด้าว ปัญหาอุปสรรคด้านการ บริหารและการจัดการ โดยในเรื่องค่าจ้างแรงงานมีปัญหา และ ปัญหาอุปสรรคด้านสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานมีปัญหา ในเรื่องความแตกต่างระหว่างภาษาสำหรับปัญหาอุปสรรคในระบบ ราชการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีปัญหาบ้างในเรื่องการติดต่อกับ สำนักงานแรงงานจังหวัด
ฐวพล ทิพยารมณ (2551) การส่งออกของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ใน ประเทศไทย	แบบสอบถามให้ นำข้อมูลที่ได้มา	1. ปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีระดับผลกระทบในด้านต่าง ๆ เรียงจากมากไปหาน้อยคือด้าน การแข่งขันด้านการตลาดและด้านการเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อส่งออก 2. ผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานด้านการส่งออก มูลค่าการส่งออกโดยรวมต่อปีและจำนวนผลิตของผลิตภัณฑ์ เฟอร์นิเจอร์ไม้ที่แตกต่างกันมีปัญหาการดำเนินงานด้านการส่งออก และแตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นต้น

ตารางที่ 5 (ต่อ)

งานวิจัย	เครื่องมือในการวิจัย	การศึกษาพบว่า
<p>ชาญชัย จินดาพล (2554)</p> <p>ปัญหาการเมืองส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร</p>	<p>แบบสอบถามการเก็บรวบรวมข้อมูล</p>	<p>ส่วนที่ 1 เป็นนักศึกษาเกี่ยวกับลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จดทะเบียนเป็นบริษัทจำกัด ลักษณะของกิจการจะเป็นแบบนำเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ระยะดำเนินธุรกิจระหว่าง 5-10 ปี ค่าใช้จ่ายจะเป็นค่าเช่าสถานที่ค่าจ้างคนงานและค่าสมาชิกของภัตตาคารท่องเที่ยว วิธีการติดต่อลูกค้าจะเน้นทางอินเทอร์เน็ตรับช่วงจากบริษัทอื่น และลูกค้ามาหาเองจำนวนคนงานประจำจะมากกว่า 3 คน</p> <p>ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาถึงผลกระทบจากปัญหาการเมือง ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีคุณภาพลดขนาดลง มีค่าใช้จ่ายในการประกอบธุรกิจเพิ่มขึ้น ต้องปรับปรุง ราคาโปรแกรมทัวร์ลดลงต้องเปลี่ยนการทำตลาดจากลูกค้ากลุ่มเดิม คือ อเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เปลี่ยนเป็น การ์ตาร์ มาเลเซียและอินเดียซึ่งปัญหาการบริการลูกค้า กลุ่มใหม่ยังคงมีอยู่กรณีรัฐบาลให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการมีความเห็นว่า มีความเชื่อมั่นต่ำกว่าร้อยละ 50 ต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ลูกค้าทัวร์ลดลงร้อยละ 50 จากปัญหาความไม่สงบทำให้รายได้ลดลงร้อยละ 100 ทำให้ที่ลดลงจะเป็นลูกค้าทัวร์ที่เดินทางประจำ</p> <p>ส่วนที่ 3 เป็นการศึกษาระดับผลกระทบ ผลการวิจัย พบว่าสาเหตุที่ทำให้ได้รับผลกระทบจากวิกฤติเกิดจากความไม่สงบจากการขัดแย้งภายในประเทศ ปัญหาการเมืองภายในประเทศ มากที่สุด ประเด็นที่ต้องการให้รัฐบาลเข้ามาแก้ไข คือ สร้างแนวทาง ในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว มีแหล่งเงินทุนเข้ามาดูแลผู้ประกอบการ ควรทำแผนเชิงรุกเพื่อรองรับวิกฤตด้านการท่องเที่ยวควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังควรมี ความไม่สงบภายในประเทศ โดยตรง และรวดเร็วมีระบบ</p>

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร ตำราทางวิชาการในส่วนของ ทฤษฎี แนวคิด งานวิจัย บทความวิชาการ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการบริหารงาน ปัญหาในการดำเนินงาน ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
2. การลงพื้นที่ (Field study) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) และการสังเกตการณ์

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี ในจังหวัดจันทบุรี โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกดังนี้ (1) เป็นธุรกิจที่มีการจดทะเบียนการค้าถูกต้องตามกฎหมาย และ (2) เป็นเจ้าของหรือตัวแทนที่มีประสบการณ์มากกว่า 10 ปี โดยจากการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี ในจังหวัดจันทบุรีที่มีการจดทะเบียนการค้าถูกต้องตามกฎหมาย พบว่า มีทั้งหมด 11 บริษัท อย่างไรก็ตาม ในจากการลงพื้นที่จริงต้องได้รับการยินยอมร่วมมือในการให้ข้อมูลด้วย (กรมสรรพากร, 2560)

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จึงมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี ในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 5 บริษัท หรือ 5 คน

การสร้างเครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi structure interview protocol) ที่มุ่งประเด็นสภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์นั้น แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ ชื่อ นามสกุล เพศ อายุ ขนาดธุรกิจ และระยะเวลาการประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 2 บริบทและความเป็นมาของพลอยจันทบุรี

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี ดังนี้

3.1 ปัญหาการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

3.1.1 ผู้ประกอบการมีปัญหาทางการแข่งขันการนำเข้าเทคโนโลยีมาใช้กับ

3.1.2 ผู้ประกอบการมีวิธีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางด้านใดบ้างและมีปัญหาอย่างไร

3.1.3 ผู้ประกอบการมีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดหรือไม่อย่างไร

3.1.4 ผู้ประกอบการมีปัญหาในด้านบุคลากรหรือไม่อย่างไรมีวิธิดูแลบุคลากรที่มีความสามารถให้อยู่กับผู้ประกอบการอย่างไร

3.2 ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

3.2.1 ท่านมีปัญหาหรือเงื่อนไขในการขอกู้เงินในระบบหรือไม่อย่างไร

3.2.2 การขยายกิจการท่านมีปัญหาเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่ถ้ามีท่านมีวิธีการจัดการอย่างไร

3.3 ปัญหาการเข้าถึงบริการของภาครัฐ

3.3.1 องค์กรท่านประสบปัญหาในการเข้าถึง จากบริหารภาครัฐหรือไม่

3.3.2 นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีของภาครัฐมีการเข้าถึงพื้นที่หรือไม่ผู้ประกอบการในพื้นที่รับรู้ข่าวสารทั่วถึงหรือไม่

3.4 ปัญหาทางการตลาด

3.4.1 กิจการท่านมีปัญหาในด้านการเติบโตของการขายหรือกำไรเริ่มหดหายหรือไม่ อย่างไร

3.4.2 ภาครัฐต้องการส่งเสริมให้จังหวัดจันทบุรีเป็นศูนย์กลางด้านอัญมณีซึ่งจากสภาพพื้นที่จริงสามารถเป็นศูนย์กลางค้าได้หรือไม่ และพบอุปสรรคอะไรที่จะทำให้จันทบุรีไม่สามารถเป็นศูนย์กลางด้านอัญมณี

3.5 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

3.5.1 องค์กรท่านมีปัญหาในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานหรือไม่ อย่างไร

3.5.2 องค์กรท่านขาดการพัฒนารูปแบบสินค้าใหม่ตามความต้องการของตลาดในปัจจุบันหรือไม่

3.5.3 ความต้องการของตลาดในปัจจุบันคืออะไร/ มีความต้องการสิ่งใหม่ ๆ ใดบ้าง

ส่วนที่ 4 ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี ได้แก่

4.1 ด้านคน (Man)

4.1.1 ท่านต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนทักษะความรู้ความสามารถของบุคลากรด้านใดบ้าง

4.1.2 องค์กรท่านมีการใช้ฝีมือแรงงานหรือไม่/ ท่านอยากให้ภาครัฐเข้ามาพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างไร

4.2 ด้านเงิน (Money)

4.2.1 ท่านมีปัญหาด้านเงินทุนหรือไม่ และอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือด้านเงินทุนอย่างไรเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรท่าน

4.2.2 ธุรกิจอัญมณีในจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่เป็นการลงทุนเอง ท่านมีความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาถือหุ้นร่วม เพื่อแบ่งเบาภาษีอย่างไร

4.3 ด้านวัสดุ อุปกรณ์ (Material)

4.3.1 องค์กรท่านขาดเครื่องมือใหม่ ๆ ในการพัฒนาสินค้าหรือไม่ และต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลืออย่างไร

4.3.2 องค์กรท่านมีเทคนิค ความชำนาญ ในการเผาพลอยหรือไม่อยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเผาพลอยคือเทคโนโลยีด้านใด

4.4 ด้านการบริหารจัดการ (Management)

4.4.1 องค์กรท่านมีความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมการบริหารด้านใดหรือส่วนใด เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต

4.4.2 ท่านมีความต้องการให้ธุรกิจอัญมณีในจังหวัดจันทบุรี มีแนวทางเป็นอย่างไรในอนาคต

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้ทำการวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) แบบตัวต่อตัวเพื่อเปิดเผยสิ่งจูงใจ ความเชื่อ ทศนคติของผู้ตอบ โดยเตรียมคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ลักษณะการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ โดยการกำหนด คำถาม ออกเป็นประเด็นให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่ทำวิจัย ก่อนเริ่มการทำการสัมภาษณ์ ผู้ทำการวิจัยได้แสดงถึงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ โดยขออนุญาตในการจดบันทึกและ บันทึกเสียง ระหว่างการสัมภาษณ์ ผู้ทำการวิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยน แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และมีการทดสอบคำถามและคำตอบเพื่อเป็น แนวทางในการถามคำถามต่อไป โดยจะใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 40-60 นาที ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้สัมภาษณ์ ในขณะที่สัมภาษณ์ผู้ทำการวิจัยจะใช้การจดบันทึกสรุปสั้น ๆ เฉพาะประเด็นที่สำคัญ และเมื่อจบการสัมภาษณ์ จะทำการบันทึกข้อมูลอื่น ๆ ทันทที เช่น ลักษณะ ท่าทาง ลักษณะน้ำเสียง ตามความเป็นจริง โดยไม่มีการตีความ นอกจากนี้ยังได้บันทึกเกี่ยวกับ ความคิด ความรู้สึกหรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้ทำการวิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูล ซึ่งการเขียนบันทึก สรุปสั้น ๆ ดังกล่าวมีประโยชน์สำหรับผู้วิจัยในการมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มหัวข้อสรุป

การตรวจสอบข้อมูล

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปและการบันทึกภาคสนามมาอ่านหลาย ๆ ครั้งเพื่อให้เกิดความเข้าใจในภาพรวมของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ
2. นำข้อมูลกลับมาอ่านอีกครั้งโดยละเอียดทุกบรรทัด และจึงตีความ พร้อมทำการดึง ข้อความหรือประโยคที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการบริหารของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความหรือทุกประโยค แล้วจึงตั้งชื่อคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นทั้งกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อย (Sub-theme) ที่อยู่ภายใต้ความหมายของกลุ่มใหญ่ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวคือการสร้างหัวข้อสรุป และกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูล ซึ่งเก็บรวบรวมได้จากแหล่งต่าง ๆ ในภาคสนาม เสร็จแล้วจึงแบ่งแยกข้อมูลดังกล่าวออกเป็นส่วนย่อย (Breaking down) ตาม หน่วยความหมาย (Meaning unit) หรือหน่วยวิเคราะห์ (Analysis unit) ในระดับเบื้องต้น จากนั้นทำการกำหนดข้อความสั้น ๆ เพื่อใช้เป็นโน้ตสั้น ๆ หรือหัวข้อสรุปแนวคิดที่สะท้อนความหมายสำคัญ ทั้งที่ปรากฏชัดแจ้งและแฝงอยู่ในข้อมูลส่วนย่อยนั้นแล้วจึงนำหัวข้อสรุปแนวคิดที่มีความหมาย

คล้ายคลึงหรือแตกต่างกันมาจัดเป็นกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิด (Conceptual categories) ต่าง ๆ กลายเป็นหน่วยความหมายของข้อมูลที่มีขนาดใหญ่และมีระดับความเป็นนามธรรมมากขึ้น และใช้การเขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มีการนำทฤษฎีไปควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดงความชัดเจนในการบริหารของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี ในจังหวัดจันทบุรี



บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ตอนที่ 2 ลักษณะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 3 สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 4 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 5 คน โดยข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังต่อไปนี้ คือ

คนที่ 1 คือ นาง ก (นามสมมุติ) เป็นเพศหญิงมีสถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดจันทบุรี มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจอัญมณี 20 ปี ปัจจุบันตำแหน่งงานผู้จัดการ

คนที่ 2 คือ นาง ข (นามสมมุติ) เป็นเพศหญิงมีสถานภาพโสด สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดจันทบุรี มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจอัญมณี 10 ปี ปัจจุบันตำแหน่งงาน ผู้จัดการ

คนที่ 3 คือ นาง ค (นามสมมุติ) เป็นเพศหญิง มีสถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 6 มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดนครศรีธรรมราช มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจอัญมณี 25 ปี ปัจจุบันตำแหน่งงาน ผู้บริหาร

คนที่ 4 คือ นาย ง (นามสมมุติ) เป็นเพศชาย สถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาระดับ ปวช มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดจันทบุรี มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจอัญมณี 15 ปี ปัจจุบันตำแหน่งงาน ผู้จัดการ

คนที่ 5 คือ นาง จ (นามสมมุติ) เป็นเพศหญิง สถานภาพสมรส สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีภูมิลำเนาอยู่ที่จังหวัดจันทบุรี มีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจอัญมณี 20 ปี ปัจจุบันตำแหน่งงาน ผู้บริหาร

ตารางที่ 6 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้สัมภาษณ์	สถานภาพ	ระดับการศึกษา	ภูมิลำเนา	ประสบการณ์ทำธุรกิจอัญมณี	ตำแหน่งงาน	ขนาด
นาง ก	สมรส	มัธยมศึกษา 6	จันทบุรี	20 ปี	ผู้จัดการ	ขนาดย่อม
นาง ข	โสด	ปริญญาตรี	จันทบุรี	10 ปี	ผู้จัดการ	ขนาดย่อม
นาง ค	สมรส	มัธยมศึกษา 6	นครศรีธรรมราช	25 ปี	ผู้บริหาร	ขนาดย่อม
นาย ง	โสด	ปวช.	นครศรีธรรมราช	15 ปี	ผู้จัดการ	ขนาดย่อม
นาง จ	โสด	ปริญญาตรี	จันทบุรี	20 ปี	ผู้บริหาร	ขนาดย่อม

ตอนที่ 2 ลักษณะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี

ที่มาของการทำธุรกิจอัญมณีในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีเกิดจากในพื้นที่ที่มีแหล่งวัตถุดิบ คือ แร่รัตนชาติหรือชาวบ้านเรียกว่าพลอย ซึ่งมีทั้งพลอยเนื้อแข็งและพลอยเนื้ออ่อน พลอยที่พบในจังหวัดจันทบุรีและเป็นที่รู้จักมีทั้ง พลอยทับทิมสยาม (Ruby) พลอยบุษราคัม บางกะจะ (Yellow sapphire) ซึ่งเป็นพลอยเนื้อแข็ง และ พลอยโกเมน (Garnet) ซึ่งเป็นพลอยเนื้ออ่อน คนในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีส่วนมากประกอบธุรกิจหรือค้าขายพลอยเป็นหลัก ทำให้มีชื่อเสียงในเรื่องอัญมณีมาตั้งแต่ดั้งเดิม จึงเป็นที่สนใจจากชาวต่างชาติที่จะมาเรียนรู้ และมาลงทุนในด้านธุรกิจอัญมณี ภาครัฐจึงมีนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้มาลงทุนและท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี จากนั้นผู้คนในพื้นที่เริ่มมีการตื่นตัวมากขึ้นและหันมาสนใจในการประกอบธุรกิจอัญมณี จากการเริ่มขายพลอยก้อนจากเหมืองแร่ และมาเดินพลอยขาย ก็เริ่มเข้าสู่การเปิดร้านเป็นกิจการของตนเองและเริ่มขยายกิจการมาเรื่อย ๆ จนกลายมาเป็น ธุรกิจ SMEs กลุ่มอัญมณี ในท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม การที่จะมาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs กลุ่มอัญมณี ได้นั้นต้องมีหลักเกณฑ์ตามกฎหมายที่กำหนด คือ กำหนดลักษณะธุรกิจ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามกฎหมายกระทรวงอุตสาหกรรมลักษณะ SMEs ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 ได้กำหนดลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ข้อมูลการลงทุน

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนทำธุรกิจ SMEs กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี ผู้ประกอบการจะต้องมีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านอัญมณีแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) การทำธุรกิจในเครื่องประดับแท้ ในการผลิตตัวเรือนประดับขึ้นจากโลหะมีค่า เช่น ทองคำ เงิน ทองคำขาว และนำอัญมณีต่าง ๆ ที่ได้จากการเจียรนัยมาประกอบเป็นเครื่องประดับสำเร็จรูปออกจำหน่าย ให้มีรูปแบบสินค้ามากมาย เช่น เครื่องประดับทองคำ เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับจากโลหะอื่น ๆ ซึ่งการผลิตเครื่องประดับแท้หลายขั้นตอนต้องอาศัยแรงงานเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะแรงงานฝีมือ และการผลิตเครื่องประดับแท้นั้นเป็นการผลิตที่ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ มากกว่าใช้เครื่องจักร ทั้งยังผลิตในประเทศและเพื่อส่งออกต่างประเทศ แต่การผลิตเพื่อส่งออกต้องใช้เทคโนโลยีการผลิตมากกว่า เนื่องจากต้องแข่งขันด้านคุณภาพ รูปแบบ และราคากับประเทศคู่แข่งอีกจำนวนมาก และ 2) การทำธุรกิจในเครื่องประดับเทียม หรือเครื่องประดับแฟชั่น มีการผลิตคล้ายคลึงกับการผลิตเครื่องประดับแท้ เพียงแต่ใช้วัตถุดิบที่ไม่มีค่ามากเท่านั้น เช่น ทองเหลือง ดินบุกเป็นตัวเรือนเครื่องประดับ จากนั้นนำไปชุบเคลือบผิวเป็นทองคำ เงิน หรือทองคำขาว แล้วแต่ความต้องการของตลาด อัญมณีที่ใช้เพชรหรือพลอยสังเคราะห์ รูปแบบของธุรกิจนี้จะมีความหลากหลายมากกว่า และเข้ามามีบทบาทมากในการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในปัจจุบัน เนื่องจากรสนิยมของผู้บริโภคและสภาพเศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงจากการใช้เครื่องประดับแท้มีราคาแพงมาเป็นเครื่องประดับเทียมที่เลียนแบบของแท้ ส่งผลให้ธุรกิจนี้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว

มีทุนทรัพย์ในการประกอบธุรกิจอัญมณีตามที่สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกำหนด มีการจดทะเบียนจัดตั้งกิจการตามความเหมาะสมกับพาณิชย์จังหวัดแบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ลักษณะการทำธุรกิจอัญมณีขนาดย่อมมีดังนี้ 1) การผลิต จะต้องมียานแรงงาน ไม่เกิน 50 คน และมีทุนทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท 2) การจำหน่าย มีทั้ง การค้าส่ง จะต้องมียานแรงงาน ไม่เกิน 25 คน และมีทุนทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนค้าปลีก จะต้องมียานแรงงานไม่เกิน 15 คน และมีทุนทรัพย์ไม่เกิน 30 ล้านบาท และ 3) ธุรกิจการบริการ จะต้องมียานแรงงานไม่เกิน 50 คน และมีทุนทรัพย์ไม่เกิน 50 ล้านบาท ลักษณะการทำธุรกิจอัญมณีขนาดกลาง มีดังนี้ 1) การผลิต จะต้องมียานแรงงาน 51-200 คน และมีทุนทรัพย์ 50-200 ล้านบาท 2) การจำหน่าย มีทั้ง การค้าส่ง จะต้องมียานแรงงาน 26-50 คน และและมีทุนทรัพย์ 50-100 ล้านบาท ส่วนค้าปลีกจะต้องมียานแรงงาน 16-30 คน และและมีทุนทรัพย์ 30-60 ล้านบาท และ 3) ธุรกิจการบริการจะต้องมี

จำนวนแรงงาน 51-200 คน และมีทุนทรัพย์ 50-200 ล้านบาทและในกรณีจำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางหรือมีจำนวนการจ้างงานเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง แต่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม ให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์การพิจารณา

สภาพการทำงานของรัฐกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรีและความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

การทำงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี เป็นการทำงานที่เรียกว่า การดำเนินธุรกิจแบบต้นน้ำ การดำเนินธุรกิจแบบกลางน้ำ และการดำเนินธุรกิจแบบปลายน้ำ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การดำเนินธุรกิจแบบต้นน้ำเป็นการทำอัญมณีและเครื่องประดับในประเภทการทำธุรกิจเหมืองแร่ ได้แก่ เหมืองพลอยต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อให้ได้มาซึ่งอัญมณีหรือพลอยที่ยังไม่ได้เจียรนัยเพื่อใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับต่อไป ส่วนการดำเนินธุรกิจแบบกลางน้ำเป็นธุรกิจการเจียรนัยอัญมณีหรือพลอย และการเพิ่มมูลค่า ได้แก่ การหุงหรือเผาพลอย และการขัดเงา เพื่อให้ได้มาซึ่งอัญมณีที่พร้อมนำไปประกอบเป็นตัวเรือนต่อไป ในธุรกิจกลางน้ำ จังหวัดจันทบุรีเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาก เช่น การปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มมูลค่าพลอยด้วยเทคนิคการเผาพลอย ซึ่งจังหวัดจันทบุรีมีชื่อเสียงด้านการเผาพลอย ส่งผลให้มีผู้ส่งพลอยดิบเข้ามาเผาในจังหวัดจันทบุรีเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังมีรูปแบบการเจียรนัยอัญมณีที่ประณีตสวยงามเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นการดำเนินธุรกิจแบบปลายน้ำ คือ ธุรกิจผลิต ประกอบตัวเรือนอัญมณีและเครื่องประดับ และการจัดจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ ที่ผ่านการขึ้นรูป และประกอบเป็นตัวเรือนเรียบร้อยแล้ว ดังรูปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2 โครงสร้างกระบวนการทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 3 วิวัฒนาการการขุดเหมืองพลอยโดยใช้แรงงานคนในสมัยก่อนและการใช้เครื่องจักรในปัจจุบัน

การทำงานของธุรกิจ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี นี้มีผู้ที่เกี่ยวข้องและให้ความร่วมมือในการช่วยเหลือดูแลผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี ในจังหวัดจันทบุรี คือ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ อุตสาหกรรมหรือการบริการที่สนับสนุนส่วนเกี่ยวข้อง สถาบันเฉพาะทางและสถานศึกษา และองค์กรที่สนับสนุนการดำเนินงานของคลัสเตอร์ มีหน่วยงานที่แบ่งความร่วมมือกัน ดังนี้

หน่วยงานภาครัฐ ประกอบด้วยหน่วยงานที่มีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง จำนวน 8 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พาณิชยจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อุตสาหกรรมจังหวัด กรมการส่งออก กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

อุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยอุตสาหกรรม/ บริการที่เกี่ยวข้องที่มีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็งจำนวน 4 อุตสาหกรรมบริการ ได้แก่ ผู้ค้าพลอยก้อน ซึ่งนำพลอยก้อนจากต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศอัฟริกา บราซิล แทนซาเนีย พม่า กัมพูชา เป็นต้น

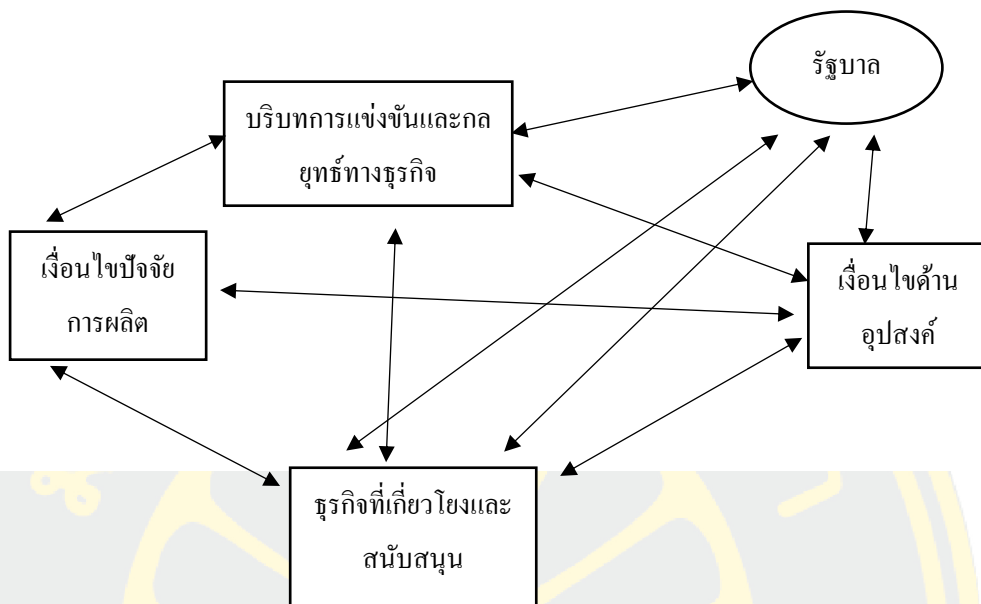
อุตสาหกรรมสนับสนุน ประกอบด้วยอุตสาหกรรมสนับสนุนที่มีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง ได้แก่ ธุรกิจท่องเที่ยว

สถาบันเฉพาะทางและสถาบันการศึกษา ประกอบด้วยสถาบันเฉพาะทาง และสถาบันศึกษาที่มีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย หอการค้าจังหวัดจันทบุรี สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ สมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี และวิทยาลัยสารพัดช่างจันทบุรี

หน่วยงาน องค์กรที่สนับสนุนการดำเนินการของคลัสเตอร์ ประกอบด้วย หน่วยงาน องค์กรที่สนับสนุนการดำเนินงานของคลัสเตอร์ที่มีความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง ได้แก่ สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี สมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี หอการค้าไทย สถาบันคีนันแห่งเอเชีย เป็นต้น

เครือข่ายวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูลวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย องค์กรประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ เงื่อนไขด้านอุปสงค์ เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน และปัจจัยเสริมอีก 2 ปัจจัย คือ โอกาสทางธุรกิจ และบทบาทของภาครัฐ ดังสรุปภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 4 เครื่องข่ายวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี

บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก และขนาดกลาง ที่ประกอบธุรกิจทั้งในและนอกระบบทำให้การจัดมาตรฐานกลางทั้งราคา และคุณภาพทำได้ยาก การค้ายังอาศัยความคุ้นเคยและความสัมพันธ์ส่วนตัวค่อนข้างมาก ผลิตภัณฑ์ไม่มีความกันมากนักทั้งในแง่รูปแบบและราคา ประกอบกับภาวะการแข่งขันทั้งที่มีความกดดันจากต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมีการแข่งขันสูง

เงื่อนไขด้านอุปสงค์

มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทอัญมณีและเครื่องประดับมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งกลุ่มลูกค้าในตลาดต่างประเทศมีความพิถีพิถันในการซื้อสินค้าค่อนข้างมาก แต่ยังไม่ยอมรับการเพิ่มมูลค่าจากการหุงพลอย ส่วนตลาดในประเทศกลุ่มลูกค้าจะเน้นที่ราคาถูกเป็นหลัก นอกจากนี้ราคาพลอยที่ไม่มีมาตรฐานทำให้การตัดสินใจซื้อของลูกค้าขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการที่ตนไว้วางใจเท่านั้น

เงื่อนไขของปัจจัยการผลิต

วัตถุดิบของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับซึ่งได้แก่ พลอยดิบ ฟังพาการนำเข้าเกือบทั้งหมดโดยแหล่งนำเข้าพลอยที่สำคัญคือ อัฟริกา และประเทศเพื่อนบ้านอย่างพม่า ปัจจุบัน

ผู้ประกอบการบางรายมีการร่วมลงทุนในแหล่งพลอยที่ประเทศมาดากัสการ์ อย่างไรก็ตามการ
แข่งขันการผลิตมากขึ้น และมีชาวต่างชาติย้ายฐานการผลิตมาที่จังหวัดจันทบุรี อาจส่งผลกระทบต่อ
แย่งชิงวัตถุดิบได้ ด้านทรัพยากรมนุษย์ผู้ประกอบการมีความรู้และภูมิปัญญาเกี่ยวกับกระบวนการ
ผลิตสินค้า และมีบุคลากรที่มีความชำนาญมีประสบการณ์สูงอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ขาดการถ่ายทอด
องค์ความรู้ ในขณะที่คู่แข่งพัฒนาฝีมือในการผลิตได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะฝีมือการเจียรนัย
พลอยของชาวต่างชาติซึ่งขณะนี้เป็นที่ยอมรับจากหลายประเทศว่ามีความสวยงาม ประณีตเทียบเท่า
ของไทยแล้ว ผู้ประกอบการไทยจะต้องหามาตรการมารองรับและเร่งพัฒนาคุณภาพสินค้าของตน
อย่างเร่งด่วน ด้านการวิจัยและเทคโนโลยีนั้นยังคงต้องพัฒนาร่วมกับสถาบันการศึกษา สถาบัน
เฉพาะทางเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าและสามารถแข่งขันกับ
ตลาดโลกได้มากยิ่งขึ้น

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน

เครือข่ายวิสาหกิจอัญมณีและเครื่องประดับยังขาดองค์กรที่เชื่อมโยง และสนับสนุนที่
เข้มแข็ง สถาบันเฉพาะทางที่ให้บริการฝึกอบรม ศูนย์ทดสอบอัญมณีไม่เพียงพอต่อความต้องการ
การขอความสนับสนุนจากสถาบันการเงินเป็นไปได้ยาก และยังขาดความเชื่อมโยงของอีกหลาย
หน่วยงาน เป็นต้น

ปัจจัยเสริม

ปัจจัยเสริม ได้แก่ โอกาสทางธุรกิจ และบทบาทของภาครัฐ ที่มีนโยบายสนับสนุนกลุ่ม
ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ อีกทั้งหน่วยงานในพื้นที่พยายามผลักดันให้เกิดการพัฒนาอย่าง
ต่อเนื่องแต่อย่างไรก็ดีกฎเกณฑ์ของรัฐที่มีมากเกินไป การขาดการส่งเสริมให้มีการคุ้มครอง
ทรัพย์สินทางปัญญา และการขาดการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการ
แสวงหาวัตถุดิบในประเทศที่ไม่มีสถานกงสุลจัดว่าเป็นอุปสรรคต่อเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น

การดำเนินงานของธุรกิจ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

ธุรกิจ SMEs กลุ่มอัญมณีในจันทบุรีส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวซึ่งเปิดมาแล้วไม่ต่ำกว่า
20 ปี เป็นธุรกิจที่เริ่มมีการค้าขายกันในชุมชนมีการค้าขายแลกเปลี่ยนกันและฝึกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น
เป็นแหล่งแรกการศึกษาดูพลอยก่อน การเจียรนัยพลอย การคัดแยกพลอย การขึ้นตัวเรือน ซึ่ง
ลักษณะการดำเนินกิจการผู้ประกอบการจะใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญหรือใช้ประสบการณ์ จาก
การอยู่ในพื้นที่แหล่งพลอย การเดินพลอย เมื่อมีโอกาสได้ประกอบธุรกิจ ก็นำความรู้ที่สะสมมาใช้
กิจการของตนเอง ซึ่งการประกอบธุรกิจมีเทคนิคการเผาพลอยที่เป็นเทคนิคที่ขึ้นอยู่กับเทคนิคของแต่ละ
บุคคลซึ่งผู้ประกอบการเล่าว่าการเผาพลอยเป็นหัวใจหลักในการทำพลอย และธุรกิจนี้ในปัจจุบัน
เริ่มขยายมีคนภายนอกเขาไปก่อตั้งกิจการค้าขายกันมากขึ้นทั้งคนในประเทศและต่างประเทศกิจการ

เริ่มเข้าสู่การค้าขายพลอยอย่างสมบูรณ์ทำให้เศรษฐกิจในประเทศดีขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ ไม่ได้ขายแค่เพียงหน้าร้านเพียงอย่างเดียว แต่มีการออกบู๊ท ตามงานที่รัฐบาลจัดเพื่อส่งเสริม ธุรกิจอัญมณี เช่น งาน Bangkok Gems and Jewelry fair และการค้าขายออนไลน์เพื่อเป็นช่องทาง หนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ในปัจจุบันนั้นพลอยในจังหวัดจันทบุรีเริ่มหมดไป มีเพียงพลอยเก่าที่สะสมไว้ทำให้เปิดช่องทางให้ ชาวต่างชาติเขามาเปิดธุรกิจการค้าขายพลอยชาวอัฟริกาเป็นพ่อค้าที่นำพลอยมาขายมากที่สุดด้วยใน ราคาที่ต่ำกว่าตลาดพลอยทำให้ธุรกิจพลอยจันทบุรีถูกกดราคาไปด้วยซึ่งเมื่อพลอยเริ่มหมดพ่อค้าแม่ค้า ตลาดพลอยก็หันมาซื้อพลอยของชาวอัฟริกามากขึ้นในขณะเดียวกันไม่ได้มีปัญหาแค่การพลอยเริ่ม หมด แต่ปัญหาที่ตามมาคือการขาดแคลนแรงงานฝีมือที่ไม่เพียงพอต่อการผลิตชิ้นงาน เครื่องประดับทั้งนี้ผู้ประกอบการเองต้องยอมรับกับสภาพที่หาวัตถุดิบพลอยได้ยากมากในพื้นที่ ซึ่ง ต้องอาศัยซื้อวัตถุดิบพลอยจากอัฟริกาขาย ซึ่งทำให้เกิดปัญหาการกดราคาขึ้นเพราะคนต่างชาติ รู้อยู่แล้วว่าผู้ประกอบการไทยหาวัตถุดิบพลอยเองในพื้นที่ไม่ได้ ต้องอาศัยพลอยจากต่างประเทศ มาขาย และเมื่อนำมาขายก็ต้องมาขายในราคาแพง ทำให้ขาดทุนทางธุรกิจ ซึ่งทั้งนี้มีผลกระทบอย่าง มาก ทำให้ผู้ซื้อมองว่าราคาไม่เหมาะสมกับวัตถุดิบ ทำให้เกิดปัญหาไม่มีลูกค้าหน้าใหม่เข้ามา ซึ่ง การค้าขายพลอยของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี ในพื้นที่จันทบุรี จะขายได้แค่ลูกค้าประจำ และในพื้นที่ก็มีแค่การซื้อขายพลอยเฉพาะผู้ประกอบการในพื้นที่และผู้ขายพลอยที่นำพลอยมาขาย จากต่างประเทศเท่านั้น ทำให้ขาดดุลทางการค้า ปัญหาสำคัญคือขาดแคลนวัตถุดิบภายในเนื่องจาก อัญมณีหรือพลอยไม่สามารถหาได้แล้วในพื้นที่ ซึ่งต้องมีการนำเข้าจากต่างประเทศ เช่น ประเทศอัฟริกา เป็นต้น ดังการให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“พลอยจันทบุรีที่รู้จักกันจะมีหลายสี เช่น พลอยเหลืองบุษราคัม พลอยเขียวส่อง พลอยนำ เงินไพลิน และพลอยแดงทับทิม แต่ที่ขึ้นชื่อและเป็นที่รู้จัก คือพลอยแดงทับทิมสยามจากบ่อไร่ และ พลอยเหลืองบุษราคัมบางกะจะ ซึ่งในปัจจุบันในพื้นที่ไม่มีให้เห็นแล้ว เนื่องจากเริ่มเป็นธุรกิจมาก ขึ้น ก็มีการใช้เครื่องจักรใหญ่ในการขุดต่างจากสมัยก่อนที่ใช้แรงงานคนในการทำเหมือง ใน ปัจจุบันเป็นการนำเข้าพลอยจากต่างประเทศมาขายในจังหวัดจันทบุรี อย่างในแถบประจวบฯ เชียงใหม่ ประเทศ กัมพูชา พม่า และมีการนำพลอยมาขายจากแถบทวีปอัฟริกา ซึ่งตอนนี้ซื้อพลอยจาก อัฟริกาเป็นส่วนมากเพราะมีราคาถูก ส่วนพลอยจันทบุรีในพื้นที่ไม่ค่อยมีให้เล่นกันแล้ว ส่วนมาก จะอยู่กับคนเถาคนแก่ที่สะสมไว้ และอยู่กับนายทุนต่าง ๆ และการพลอยแต่ละแหล่งมีความแตกต่าง ดูได้จากสีของเนื้อพลอยเป็นต้น” (นาง ก (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“ปัจจุบันพลอยจันทบุรีมีน้อยมากและเหมืองก็ไม่ค่อยมีคนทำแล้ว พลอยจันทบุรีพบเจอ จากแถวเขาพลอยแหวน ทำใหม่ เป็นต้น ตอนนี้อยู่ในตลาดพลอยจันทบุรีส่วนมากจะเห็นแต่พลอย

แอฟริกา ซึ่งการซื้อพลอยจะดูจากสีของเนื้อพลอย เป็นต้น” (นาง ข (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“ปัจจุบันพลอยจันทบุรีมีแต่น้อยมาก ส่วนมากจะมีอยู่กับคนเถาคนแก่ที่เก็บสะสมไว้ หรือพวกนายทุน และการซื้อพลอยจะซื้อกับกับผู้ที่ทำพลอยโดยตรงจากแอฟริกาเพราะมีราคาถูก ซึ่งพลอยแต่ละที่จะมีความแตกต่างกันของเนื้อพลอยและสีของพลอย เป็นต้น” (นาง ค (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“พลอยจันทบุรีปัจจุบันก็ยังมียู่น้อยมากส่วนมากจะเป็นของที่คนเก่าแก่เขาเก็บไว้ แต่เรื่องความเป็นมาของพลอยจันทบุรีไม่ค่อยทราบเท่าไร การซื้อพลอยส่วนใหญ่จะซื้อจากคนเดินพลอย บางครั้งก็ไปดูที่บ่อพลอยเองเลย ถ้าเรื่องราคาถ้าไปซื้อเองถึงถิ่นจะถูกกว่า เนื่องจากซื้อกับคนเดินพลอยจะคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ แต่ถ้าซื้อกับคนเดินพลอยก็จะเน้นความสะดวกเป็นส่วนใหญ่ ในปัจจุบันการค้าขายพลอยในจันทบุรีส่วนมากจะนำจากประเทศแอฟริกาเข้ามาขายเนื่องจากพลอยจันทบุรีไม่ค่อยมีแล้ว ซึ่งความสวยงามของพลอยมีความสวยงามไม่เท่ากับพลอยจันทบุรี พลอยแอฟริกาต้องนำมาเผาใหม่เพื่อให้เกิดความสวยงาม” (นาย ง (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2561)

“พลอยจันทบุรีมีแต่เหลือน้อยมาก ส่วนใหญ่ในตลาดพลอยจะเป็นพลอยนำเข้ามาจากแอฟริกา ซึ่งการซื้อพลอยของทางร้านจะซื้อจากคนเดินพลอยเพราะสะดวกกว่า ซึ่งจะซื้อกับคนประจำที่มาขายและการดูพลอยก็อาศัยประสบการณ์เพราะพลอยแต่ละชนิดมีความแตกต่างกันที่ชัดเจนคือเรื่องสีของเนื้อพลอย” (นาง จ (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)



ภาพที่ 5 ลักษณะการประกอบธุรกิจ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี



ภาพที่ 6 พ่อค้าชาวอัฟริกาที่นำพลอยก้อนมาขายในตลาดพลอย ถนนศรีจันทร์ จังหวัดจันทบุรี

ตอนที่ 3 สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรีจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 5 คน โดยผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความสามารถในการแข่งขัน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน การเข้าถึงบริการของภาครัฐ ด้านการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1. ปัญหาความสามารถในการแข่งขัน

ปัญหาความสามารถในการแข่งขันในที่นี้ หมายถึง ไม่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อความได้เปรียบในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) มีการบริหารกิจการที่เป็นระบบ มีงบประมาณในการซื้อเทคโนโลยีเพื่อสร้างนวัตกรรมในการผลิต มีแรงงานที่มีศักยภาพมาดำเนินธุรกิจ และมีความช่วยเหลือจากภาครัฐในการเข้ามาส่งเสริมธุรกิจ และจากการศึกษา พบว่า การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี (จำนวน 2 คน) มีปัญหาทางด้านความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีปัญหาที่แตกต่างกัน คือ ปัญหาการขาดช่างฝีมือแรงงานด้านอัญมณี เพราะในองค์กรมีเฉพาะแรงงานที่มีอายุมากขาดคนรุ่นใหม่ในการสานต่อในการทำพลอยทำให้เกิดปัญหาต่อธุรกิจได้ และปัญหาการขาดเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรในการทำพลอยที่ทันสมัยทำให้จำนวนการผลิตน้อยกว่าคู่แข่งที่มีเครื่องจักรผลิตได้ในจำนวนมาก และมีต้นทุนที่ต่ำกว่า ดังการให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ตอนนี้ก็มีปัญหาในเรื่องของแรงงานฝีมือ เพราะมันเป็นงานฝีมือ ซึ่งแรงงานที่ทำอยู่นี้จะทำมาหลายปีแล้วแรงงานชุดนี้ก็ต้องอายุมากขึ้นก็ออกไป ทีนี้ไม่มีทายาทมาต่อในเรื่องของแรงงานทีนี้ก็จะปัญหาในเรื่องของแรงงานตรงนี้แหละ” (นาง ก (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“อย่างของพี่เป็นโรงงานจะมีปัญหาอะ เพราะต่างประเทศเขามีเทคโนโลยีในการผลิตใน
ได้ปริมาณเยอะ และส่งออกได้ในราคาถูก มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าของเรา ทำให้เรามีปัญหาในการ
ผลิตตรงนี้จะในการที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้กับเรา พี่ว่าคงไม่คุ้มอะเพราะพี่ผลิตแต่พลอยเม็ดเล็ก ๆ
การนำนวัตกรรมใหม่ ๆ พี่ก็ไม่มีอะ ใช้ฝีมือของช่างพื้นบ้านที่มีประสบการณ์ล้วน ๆ อะ” (นาง ค
(นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)



ภาพที่ 7 วิธีการโกนพลอยและเจียรไนพลอยโดยใช้ฝีมือแรงงาน ที่ประณีต โดยอาศัยทักษะของ
บุคคล



ภาพที่ 8 วิธีการทำพลอยโดยใช้เครื่องจักรจะได้ในจำนวนมาก แต่ไม่มีความละเอียดเพราะใช้
ระบบควบคุม

2. ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน หมายถึง การประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนเป็นเงินทุนหมุนเวียน เนื่องจากไม่มีการบัญชีอย่างเป็นระบบ และขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันเงินกู้ทำให้ต้องพึ่งพาเงินกู้นอกระบบ และจ่ายดอกเบี้ยในอัตราสูงและจากการศึกษาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี (จำนวน 2 คน) ที่มีปัญหาในการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อมาลงทุนเพื่อมาเป็นเงินทุนหมุนเวียนในการขยายกิจการ เพราะภาครัฐหรือกระทรวงที่เกี่ยวข้องคือกระทรวงอุตสาหกรรมมองว่าการทำธุรกิจพลอยเป็นอาชีพเสี่ยง ทำให้ไม่เปิดช่องทางในการลงทุน เนื่องจากให้เหตุผลว่าธุรกิจพลอยมีความเสี่ยงในการลงทุน และต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือการกู้เงินเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอัญมณี นำเงินกู้มาหมุนเวียนในการทำธุรกิจ ดังการให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ถ้าโดยทั่วไปก็ตามนั้นแล้วด้วยธุรกิจนี้ธนาคารเขามองว่าอาชีพทำพลอยเป็นอาชีพเสี่ยงแล้วหน่วยงานรัฐก็ให้อาชีพนี้สงวนเป็นของคนไทย ไม่ให้อาชีพกับคนต่างด้าว รัฐเองต่างหากที่ต้องไปคุยกันเองว่าแต่ละกระทรวงไปคุยกันใหม่ว่าธุรกิจอัญมณีต้องการอะไร แล้วคุณไม่ไม่เอื้ออำนวยเรา ธนาคารมันก็ไม่ให้กู้เพราะมองว่าเป็นอาชีพเสี่ยง คุณต้องไปรโมทเลยว่าช่างพลอยเมืองจันทดีกว่าที่อื่น ๆ” (นาง ก (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“ถ้าจะมีให้ช่วยเหลือก็น่าจะเป็นเรื่อง กู้ดอกเบี้ยต่ำหรือระยะยาวอะไรแบบนี้ เพื่อจะเอาเงินเข้ามาหมุนในการจัดซื้อวัตถุดิบ หาเครื่องไม้เครื่องมืออะไรแบบนี้อะคะ ก็จะเป็นเงินทุนแบบนี้” (นาง ก (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

3. ปัญหาการเข้าถึงบริการของภาครัฐ

ปัญหาการเข้าถึงบริการของภาครัฐ หมายถึง ขาดการช่วยเหลือจากหน่วยงานของภาครัฐในการสนับสนุน ส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการ ที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการ เช่น ผลิตตามบ้าน ผลิตในลักษณะโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐ เนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับการเสียภาษี การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม หรือรักษาความปลอดภัยที่กำหนดตามกฎหมาย นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมการลงทุนก็เช่นเดียวกัน แม้ว่ารัฐจะได้ลดเงื่อนไข ขนาดเงินทุนและการจ้างงาน เพื่อจูงใจให้ธุรกิจขนาดกลางและย่อมได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากรัฐ

จากการศึกษาการเข้าถึงบริการของภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี (จำนวน

2 คน) มีปัญหาคล้ายคลึงกันคือ การประชาสัมพันธ์ของภาครัฐล่าช้าทำให้ผู้ประกอบการเตรียมตัวในการจัดงานที่รัฐประชาสัมพันธ์ไม่ทัน เกิดจากผู้ประกอบการไม่ได้รับการบริการที่ทั่วถึง เพราะในพื้นที่ไม่มีการรวมตัวกันอย่างจริงจัง ทำให้การบริการของภาครัฐเข้าถึงเฉพาะกลุ่มเท่านั้น เนื่องจากในพื้นที่มีการแบ่งกลุ่มหลายกลุ่ม คือ กลุ่มสมาคมผู้ค้า กลุ่มสมาคมผู้ผลิต กลุ่มรัฐวิสาหกิจ ชุมชน และกลุ่มคลัสเตอร์ดังกล่าวให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“มันก็ไม่ตรงหรือค่ะ แต่ก็มีส่วนช่วยบ้างด้านออกบูท ไปกับพาณิชย์บ้าง ไปกับสภาอุตสาหกรรมบ้าง โอทีอป ก็พยายามที่จะเอื้อให้ แต่ถ้ามองกันในเรื่องธุรกิจก็ไม่ค่อยได้ทั้งหมดเท่าไร เพราะว่าเรื่องยืดหยุ่นมันเยอะไป บางแหล่งเปิดตลาดใหม่มันก็ไม่ค่อยตรง ถึงจะค่าน้ำฟรีแต่ค่าใช้จ่ายอื่นเราก็มี เขาก็พยายามนะ พี่ก็เข้าใจในเรื่องการตลาด แต่พี่ไม่เห็นจริง ๆ คือตัวต้นน้ำตัวที่จะทำให้เกิดทุกอย่าง อย่างจิวเวลรี่ถ้าไม่มีพลอยออกไปก็ไม่มีวัตถุดิบไปฝั่งเป็นตัวเรือน อย่างจัดงานแฟร์ที่เมืองทองสำหรับธุรกิจพลอยเนี่ย ก็ลูกค้าต่างชาติก็ไม่ค่อยรู้ ลูกค้าในประเทศก็ไม่ค่อยทราบ เพราะว่าประชาสัมพันธ์จากทางรัฐก็ไม่ช่วย จัดมาหลายครั้งละก็เจียบ ๆ” (นาง ก (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“พี่บอกแล้วไงว่า ต่างคนต่างมีความเชี่ยวชาญไม่เหมือนกัน เป็นเจ้าแก๊งทำมาสามสี่สิบปี อาจจะมีอิโก้สูง แต่ภาครัฐก็ไม่ได้เข้ามาช่วยเหลืออะไรได้จริงตรง เพราะพวกเราที่ต้องช่วยเหลือตัวเองกัน การรวมตัวกันก็ยากเพราะอย่างจันทบุรี มีสมาคมผู้ค้า สมาคมผู้ผลิต รัฐวิสาหกิจชุมชน มีคลัสเตอร์ คือมีหลายกลุ่ม และเป็นความคิดส่วนตัวนะคือการมีหลายกลุ่มพี่คิดว่ามันไม่แข็งแรง เพราะคิดว่ามันรวมตัวเป็นหนึ่งกันไม่ได้ เมื่อภาครัฐมองลงมาความแข็งแรงมันไม่พอ คุณจะไปของบประมาณหรือจะทำโครงการใหญ่ๆมันก็ยาก” (นาง ก นามสมมุติ, สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“ก็มีนะ เรื่องการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง มีการกีดกันกันเกิดขึ้น บอกแค่พวกตัวเอง” (นาย ง (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2561)

4. ปัญหาด้านการตลาด

ปัญหาด้านการตลาด หมายถึง กิจกรรมมีปัญหาในด้านการเติบโตของการขาย หรือกำไร เริ่มหดหาย ซึ่งเกิดจากไม่มีการจัดทำแผนการตลาดหรือกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ขาดการวิเคราะห์คู่แข่ง หรือการวิเคราะห์อุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ทำให้ขาดการเก็บข้อมูลวิจัยทางการตลาด ซึ่งอาจทำให้ขาดความคงเส้นคงวา ไม่สามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจ เนื่องจากขาดทักษะในการขาย ภาพลักษณ์ไม่โดดเด่น ส่งเสริมการตลาดไม่เหมาะสม เป็นต้น และจากการศึกษาด้านการตลาดของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี พบว่าผู้ประกอบการ SMEs (จำนวน 5 คน) เกิดปัญหาจากการที่ผู้ประกอบการไม่มีการวิเคราะห์แผนการตลาด ทำให้ไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ของ

องค์กรคืออะไร ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีผลกระทบที่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจการเมืองของประเทศที่ไม่คงที่ ทำให้ผลกำไรลดลง และคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศมีขีดความสามารถสูงกว่าในการนำเทคโนโลยีมาใช้มากกว่า ทำให้ลูกค้าของผู้ประกอบการในจังหวัดจันทบุรีลดลง

“ในเรื่องการตลาด พี่ไม่เห็นจริงๆคือตัวต้นน้ำตัวที่จะทำให้เกิดทุกอย่าง อย่างจีเวลรี่ถ้าไม่มีพลอยออกไปก็ไม่มีวัตถุดิบ ไปฝั่งเป็นตัวเรือน อย่างจัดงานแฟร์ที่เมืองทองสำหรับธุรกิจพลอยเนี่ย ก็ลูกค้าต่างชาติก็ไม่ค่อยรู้ ลูกค้าในประเทศก็ไม่ค่อยทราบ เพราะว่าประชาสัมพันธ์จากทางรัฐก็ไม่ช่วย จัดมาหลายครั้งละก็เงียบ ๆ อะ ทำทุกอย่าง ค่าบูทเขาช่วยลดให้ เพราะว่าเขาไม่สามารถที่จะดึงลูกค้าได้ เขาไม่ได้ประชาสัมพันธ์ก่อนล่วงหน้าเพื่อให้ลูกค้าต่างประเทศเตรียมแผนมางาน อย่างในวงการธุรกิจจะรู้ว่าจัดงานตอนไหนยังงี้ แต่ลูกค้าจะไม่ค่อยรู้ว่ามีงานจัดงานยังงี้เมื่อไหร่ คือต้องมีการวางแผนประชาสัมพันธ์อย่างน้อยสามเดือนถึงจะให้แต่ละฝ่าย ทั้งผู้ค้าและผู้ซื้อได้ทราบล่วงหน้า และอย่าพูดถึงกำไรเลย ค่าใช้จ่ายเท่าไรงานใหญ่ค่าจัดบูทเท่าไร ค่าใช้จ่ายเท่าไร ค่าพื้นที่ พวกนี้ต้องจ่ายแน่ ๆ อยู่แล้ว” (คุณ ก (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“ก็อยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเรื่องการตลาด อยากเห็นสภาพเศรษฐกิจที่คล่องตัว ให้เหมือนสมัยก่อน ขึ้นอยู่กับภาครัฐด้วยครับ” (นาย ง (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2561)
 “ตรงนี้ก็อยากให้ภาครัฐส่งเสริม หรือ โปร โมทเรื่องการตลาด เพราะส่วนมากตลาดพลอยจะมีแค่คนมาขายซื้อขายพลอยเท่านั้น นักท่องเที่ยวไม่ค่อยมาเดินส่วนมากจะมาเที่ยวพักผ่อนกันอย่างเดียว” (นาง จ (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

5. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

สินค้าที่ไม่สามารถตอบสนองความจำเป็นของลูกค้าในตลาดเป้าหมายได้ เนื่องจากสินค้าขาดการพัฒนาในรูปแบบสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์ใหม่ ๆ ทำให้สินค้าไม่ได้มาตรฐาน นอกจากนี้สินค้าไม่มีการกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้สินค้าขาดคุณสมบัติต่าง ๆ เช่น รูปร่างลักษณะ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์ ตรายสินค้า การรับประกันผลิตภัณฑ์ การรับประกันผลิตภัณฑ์ และการกำหนดตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

และจากการศึกษาด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบ SMEs (จำนวน 1 คน) มีปัญหาเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในด้านอัญมณีน้อยและเพิ่งเริ่มทำกิจการ จะมีปัญหาในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องประดับทำให้มีความหลากหลายหรือตัวเล็กของผลิตภัณฑ์น้อย ทำให้ไม่ดึงดูดผู้ซื้อหรือลูกค้า ซึ่งการทำตรายสินค้าของผลิตภัณฑ์คุณภาพของผลิตภัณฑ์การรับประกันผลิตภัณฑ์และการรับประกันผลิตภัณฑ์ ไม่พบปัญหาเนื่องจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของจังหวัดจันทบุรี ขึ้นชื่ออยู่แล้วในด้านอัญมณีการพัฒนาสินค้าและบริการในได้มาตรฐานในพื้นที่มีช่างที่มีฝีมือและมี

ความชำนาญทางด้านอัญมณีซึ่งสามารถแก้ไขรูปแบบงานได้เป็นอย่างดี แต่จะมีปัญหาในการออกแบบที่ทันสมัยและอาจส่งผลกระทบต่อค่าบริการให้ลูกค้าที่ไม่ตรงตามเวลาดังการให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ก็มีบ้าง เพราะว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลาให้ทันกับแต่ละยุคสมัย เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนการออกแบบก็ต้องเปลี่ยน” (นาง ข (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

ตอนที่ 4 ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐ ได้แก่ ด้านคน (Man) ด้านเงิน (Money) ด้านวัสดุ อุปกรณ์ (Material) ด้านการบริหารจัดการ (Management)จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 5 คน ดังนี้

1. ความต้องการสนับสนุนด้านคน

จากผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรีพบว่า มีทั้งไม่ต้องการสนับสนุนด้านคน (4 ท่าน) และต้องการสนับสนุนด้านคน (1 คน) ดังนี้ ผู้ประกอบการหลายท่านที่มีความคิดเห็นว่าไม่มีความจำเป็นและไม่ต้องการมีบุคลากรเพิ่มเนื่องจากมองว่าธุรกิจอัญมณีเป็นธุรกิจครอบครัว เป็นความรู้ที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น จึงมีความเชื่อมั่นในฝีมือตนเองที่ได้จากการสืบทอดมา จึงอยากให้ความรู้ความเชี่ยวชาญเป็นมรดกให้กับลูกหลานของตนเท่านั้น แต่ก็มีผู้ประกอบการอีกส่วนหนึ่งที่ต้องการขยายกิจการและต้องการเป็นกิจการขนาดใหญ่ จึงต้องการให้ภาครัฐเข้ามาดูแลในส่วนของกฎหมายแรงงาน เนื่องภาครัฐไม่เปิดให้คนต่างด้าวเข้ามาเป็นแรงงานด้านอัญมณีเพราะว่าต้องการสงวนให้เป็นวิชาชีพเฉพาะคนไทย แต่ในสภาพปัจจุบันธุรกิจนี้ขาดแรงงาน จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขยายกิจการได้ อีกทั้งการจ้างแรงงานที่ไม่ใช่คนไทยมาทำงานให้ก็ขัดกับกฎหมายด้วย จึงไม่สามารถขยายกิจการได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจึงเสนอความต้องการให้ภาครัฐทบทวนและเอื้ออำนวยความสะดวกกฎหมายแรงงานต่างด้าวในการมาเป็นแรงงานให้กับธุรกิจนี้ดังการให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาดูแลกฎหมายแรงงานฝีมือเนื่องจากแรงงานฝีมือมือไทยไม่มีคนสืบสานผู้ประกอบการให้รัฐเอื้ออำนวยความสะดวกกฎหมายแรงงานต่างด้าวในการเข้ามาทำอาชีพ” (นาง ก (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

2. ความต้องการสนับสนุนด้านเงิน

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรีพบว่า มีทั้งไม่ต้องการสนับสนุนด้านเงิน (4 คน) และต้องการสนับสนุนด้านเงิน

(1 คน) เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นการลงทุนเองในการทำธุรกิจอัญมณีผู้ประกอบการจะใช้เงินทุนของตนเองในการเปิดกิจการเนื่องจากทำเป็นธุรกิจครอบครัวและเป็นกิจการขนาดเล็ก และไม่ต้องใช้เงินลงทุนมากใช้ต้นทุนที่มีอยู่คือมีวัตถุดิบและประกอบกับใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านฝีมือการทำพลอย ซึ่งเพียงพอต่อการทำเป็นกิจการเล็กๆในพื้นที่ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีความคิดที่จะขยายกิจการ รวมถึงสภาพเศรษฐกิจไม่ค่อยดี ทำให้ผู้ประกอบการไม่กล้าที่จะเสี่ยงในการลงทุน แต่มีผู้ประกอบการบางท่านมองว่าภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือในการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการกู้ดอกเบี้ยต่ำในระยะยาวเพื่อนำเงินมาหมุนในการซื้อวัตถุดิบ และเครื่องมือในการทำพลอยดังกล่าวให้สัมฤทธิ์ผลต่อไป

“ถ้าจะมีให้ช่วยเหลือก็น่าจะเป็นเรื่อง กู้ดอกเบี้ยต่ำหรือระยะยาวอะไรแบบนี้ เพื่อจะเอาเงินเข้ามาหมุนในการจัดซื้อวัตถุดิบ หาเครื่องมือเครื่องมืออะไรแบบนี้จะค่ะ ถ้าโดยทั่วไปก็ตามนั้นแล้วด้วยธุรกิจนี้ธนาคารเขามองว่าอาชีพทำพลอยเป็นอาชีพเสี่ยง แล้วหน่วยงานรัฐก็ให้อาชีพนี้สงวนเป็นของคนไทย ไม่ให้อาชีพกับคนต่างด้าว รัฐเองต่างหากที่ต้องไปคุยกันเองว่าแต่ละกระทรวงไปคุยกันใหม่ว่าธุรกิจอัญมณีต้องการอะไร แล้วคุณไม่เื่ออำนาจเรา ธนาคารมันก็ไม่ให้กู้เพราะมองว่าเป็นอาชีพเสี่ยง คุณต้องไปรโมทเลยว่าช่างพลอยเมืองจันดีดีกว่าที่อื่น ๆ (นาง ก (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

3. ความต้องการด้านวัสดุอุปกรณ์

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรีพบว่า มีทั้งไม่ต้องการด้านวัสดุอุปกรณ์ (4 คน) และมีความต้องการด้านวัสดุอุปกรณ์ (1 คน) เพราะ ผู้ประกอบการมีเทคนิค ความชำนาญที่แตกต่าง ๆ กัน เนื่องจากมีความถนัดในตัวพลอยไม่เหมือนกัน ซึ่งเทคนิคการเผาพลอยเป็นศิลปะทางปัญหาชาวบ้านในพื้นที่หรือเฉพาะส่วนบุคคล ทำให้มีความต้องการในเรื่องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกรรมวิธีในการผลิตสินค้าให้ได้คุณภาพ ซึ่งจะทำให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ที่มีเทคโนโลยีในการผลิต แต่ไม่สามารถสู้ผู้ค้าพลอยจันทบุรีได้ในเรื่องการทำพลอยหรือขึ้นตัวเรือนให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานดังการให้สัมภาษณ์ต่อไปนี้

“เรื่องเครื่องมือที่จำเป็นก็อยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือ เพราะต้นทุนสูง ถ้าเข้ามาช่วยเหลือตรงนี้ก็จะแบ่งเบาภาระได้บ้างครับ” (นาย ง (นามสมมติ), สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2561)

4. ด้านการบริหารจัดการ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี พบว่า มีความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือด้านการบริหารทั้งหมด (5 คน) ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาเป็นแกนนำในการติดต่อค้าขายในตลาดต่างประเทศอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อ

เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการมีช่องทางการค้าขายเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ภาครัฐต้องเข้ามาเป็นตัวประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความคล่องตัวมากขึ้น และในพื้นที่ภาครัฐควรมีการส่งเสริม ให้มีการจัดงานริมน้ำจันทบูรควบคู่กับกับสินค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดจันทบุรี

“ภาครัฐต้องไปคุยกันเองแล้วแหละว่าคุณจะมองจากตรงไหนก่อน ดันน้ำหรือปลายน้ำ ภาครัฐก็ดูจากตัวเลขการส่งออกว่ามองลงไปจะมาช่วยแก้ไขตรงไหนด้านใดบ้าง เครื่องไม้เครื่องมือเงินทุน การผลิต ช่วยเขาได้ไหม ภาครัฐต้องมองลงมาช่วยเหลือตรงนี้ เพื่อให้เราเข้มแข็ง เพื่อให้เราไปสู้กับตลาดโลกได้ อินเดียเขามีนะ เขามีเงินทุนสนับสนุน” (นาง ก (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“ก็อยากให้ภาครัฐช่วยโปรโมท หรือลงมาเยี่ยมเยียนเหมือนคราวก่อนที่รัฐบาลลงมาอะ ค่ะก็อยากให้เฟื่องฟูเหมือนเมื่อก่อนค่ะ ก็อยากเห็นเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันดีขึ้น ถ้าเศรษฐกิจดีทุกอย่างก็ดีหมดค่ะ” (นาง ข (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 16 มีนาคม 2561)

“ก็อยากให้ภาครัฐเข้ามาดูแลจริงจัง เข้าใจทั่วถึงผู้ประกอบการ อยากเกิดจากจากนโยบายของรัฐบาลด้วยครับ เพราะการเมืองไทยมันไม่ค่อยนิ่ง นโยบายที่ทำกันก็อาจไม่ได้สานต่อ ค่ะอยากให้ภาครัฐเล็งเห็นว่าเมืองจันทบุรีเป็นเมืองที่มีทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ความมีเสน่ห์ของเมือง ก็อยากให้ภาครัฐช่วยผลักดันให้เมืองจันทบุรีเติบโตในด้านการค้าพลอย และอยากให้คนรุ่นหลังได้เห็นถึงความมีเสน่ห์ของเมืองจันทบุรี และอนุรักษ์สิ่งที่มีค่านี้เอาไว้ค่ะ” (นาง ค (นามสมมุติ), 16 มีนาคม 2561)

“ก็อยากให้ช่วยเรื่องการตลาดครับ เพราะว่าการช่วยเหลือของภาครัฐเข้าไม่ถึง ผู้ประกอบการรายย่อย ส่วนมากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐเวลามีทัวร์มาลง ก็ลงเฉพาะจุดอย่างตรงนี้ก็ลงแค่โรงแรม เค พี แกรนด์ ไม่มาถึงตรงนี้ และอยากเห็นสภาพเศรษฐกิจที่คล่องตัว ให้เหมือนสมัยก่อน ขึ้นอยู่กับภาครัฐด้วยครับ” (นาย ง (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2561)

“ตรงนี้ก็อยากให้ภาครัฐส่งเสริม หรือโปรโมทเรื่องการตลาด เพราะส่วนมากตลาดพลอยจะมีแค่คนมาขายซื้อขายพลอยเท่านั้น นักท่องเที่ยวไม่ค่อยมาเดินส่วนมากจะมาเที่ยวพักผ่อนกันอย่างเดียว และก็อยากเห็นตลาดพลอยเมืองจันทบุรีเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลกคะ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้” (นาง จ (นามสมมุติ), สัมภาษณ์, 18 มีนาคม 2561)

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง“สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี ที่มีต่อการดำเนินกิจการของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี อีกทั้งเป็นแนวทางในการ ให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมในการค้าขายในพื้นที่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี จำนวน 11 แห่ง แต่ยินยอมให้สัมภาษณ์เพียง 5 แห่ง โดยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth-interview) และนำมาสรุปผล วิเคราะห์ ซึ่งมีรายละเอียดในการนำเสนอ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. อภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษา สภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี สรุปผลได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี มีจำนวน 11 แห่ง (กรมสรรพากร, 2560) แต่ยินยอมให้สัมภาษณ์เพียง 5 แห่ง ดังนี้ เพศชาย จำนวน 1 คน และเพศหญิง จำนวน 4 คน เป็นผู้ที่มียาชีพเกี่ยวข้องกับอัญมณี มีสถานภาพโสดมากกว่าสมรส มีระดับการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ ปวช. ไปจนถึงระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยในชุมชนตลาดพลอย ถนนศรีจันทร์ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี มีระยะเวลาการประกอบอาชีพด้านอัญมณีอยู่ระหว่าง 10-25 ปี มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการและผู้บริหารกิจการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ขนาดของกิจการเป็นขนาดย่อม

2. ลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการ (จำนวน 5 คน) มีรูปแบบการดำเนินกิจการ ทุนจดทะเบียนของกิจการ จำนวนเงินหมุนเวียนต่อเดือน จำนวนพนักงาน และขนาดของกิจการ เป็นไปตามพระราชบัญญัติ ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากการสอบถามถึงลักษณะธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการทำธุรกิจขนาดย่อมทั้งหมด ทำธุรกิจลักษณะ โรงงานเป็นผู้ผลิต โรงงานเผาพลอย เจียรนัยพลอย จำนวน 1 ท่าน และ ทำธุรกิจลักษณะการจัดจำหน่าย ผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 4 ท่าน ซึ่งผู้ประกอบการทั้งหมด 5 ท่าน มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านอัญมณีแท้และอัญมณีเทียม มีความรู้ ด้านการทำธุรกิจจากครอบครัว มีทุนการจดทะเบียนไม่ต่ำกว่าหนึ่งแสนบาท การทำธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่เป็นการทำเครื่องประดับแท้ ส่วนอัญมณีแท้หรือเทียมขึ้นอยู่กับงบประมาณและความชอบของผู้บริโภค

3. สภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี มีปัญหาด้านการตลาด มากที่สุด (จำนวน 5 คน) คือ ปัญหาจากการที่ผู้ประกอบการไม่มีการวิเคราะห์แผนการตลาด ทำให้ไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ขององค์กรคืออะไร ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีผลกระทบที่เกิดจากภาวะเศรษฐกิจการเมืองของประเทศที่ไม่คงที่ ทำให้ผลกำไรลดลง และคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศมีขีดความสามารถสูงกว่าในการนำเทคโนโลยีมาใช้มากกว่า ทำให้ลูกค้าของผู้ประกอบการในจังหวัดจันทบุรีลดน้อยลง

รองลงมาคือ ปัญหาด้านความสามารถในการแข่งขัน (จำนวน 2 คน) พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ขาดช่างฝีมือแรงงาน ด้านอัญมณี เพราะในองค์กรมีเฉพาะแรงงานที่มีอายุมากขาดคนรุ่นใหม่ในการสานต่อในการทำ พลอยทำให้เกิดปัญหาต่อธุรกิจได้ และ ขาดเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรในการทำพลอยที่ทันสมัยทำให้จำนวนการผลิตน้อยกว่าคู่แข่งที่มีเครื่องจักรผลิตได้ในจำนวนมาก และมีต้นทุนที่ต่ำกว่า และ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ยังมีปัญหาด้านการเข้าถึงบริการของภาครัฐ (จำนวน 2 ท่าน) พบว่า การบริการของภาครัฐเข้าถึงเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น เช่น การประชาสัมพันธ์เพื่อทำให้ผู้ประกอบการเตรียมตัวในการจัดงาน เนื่องจากในพื้นที่มีการแบ่งกลุ่มหลายกลุ่ม คือ กลุ่มสมาคมผู้ค้า กลุ่มสมาคมผู้ผลิต กลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชน และกลุ่มคลัสเตอร์ ซึ่งกลุ่มใดที่มีความใกล้ชิดกับภาครัฐหรือเข้าไปมีบทบาทร่วมกับภาครัฐก็จะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ก่อนเสมอ จึงทำให้เกิดคำถามในเรื่องความทั่วถึงและเท่าเทียมกัน

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ยังปัญหา การเข้าถึงแหล่งเงินทุน (จำนวน 2 คน) พบว่า มีปัญหาในการขอกู้เงินจากสถาบันการเงินเพื่อมา ลงทุนและเป็นเงินหมุนเวียนในการขยายกิจการ เนื่องจากให้เหตุผลว่าธุรกิจพลอยมีความเสี่ยงใน การลงทุน ทำให้ไม่เปิดช่องทางในการลงทุน และมีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ (จำนวน 1 คน) พบว่า มี ปัญหาในการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าเครื่องประดับที่ทันสมัย ความหลากหลายหรือตัวเลือกของ ผลิตภัณฑ์น้อย ทำให้ไม่ดึงดูดผู้ซื้อหรือลูกค้า

4. ความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัด จันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี มีความ ต้องการด้านการบริหารจัดการมากที่สุด (จำนวน 5 คน) คือ ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาเป็นแกนนำใน การติดต่อค้าขายในตลาดต่างประเทศอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อเปิด โอกาสให้ผู้ประกอบการมีช่องทาง การค้าขายเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ภาครัฐต้องเข้ามาเป็นตัวประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและ ภายนอกองค์กร เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความคล่องตัวมากขึ้น และในพื้นที่ภาครัฐควรมีการส่งเสริม ให้มีการจัดงานนิมน้ำจันทบูรควบคู่กับกับสินค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดจันทบุรี

รองลงมาคือ ความต้องการด้านคน (จำนวน 1 คน) พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและ ขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ต้องการขยายกิจการเป็นกิจการขนาดใหญ่ จึงต้องการ ให้ภาครัฐเข้ามาดูแลในส่วนของกฎหมายแรงงาน เนื่องจากภาครัฐไม่เปิดให้คนต่างด้าวเข้ามาเป็น แรงงานด้านอัญมณีเพราะต้องการสงวนให้เป็นวิชาชีพเฉพาะคนไทย แต่ในสภาพปัจจุบัน ธุรกิจ นี้ขาดแรงงานคนไทย จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขยายกิจการได้ อีกทั้งการจ้างแรงงานที่ ไม่ใช่คนไทยมาทำงานให้ก็ขัดกับกฎหมายด้วย จึงไม่สามารถขยายกิจการได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ ประกอบจึงเสนอความต้องการให้รัฐทบทวนและเอื้ออำนวยกฎหมายแรงงานต่างด้าวในการมาเป็น แรงงานให้กับธุรกิจนี้ ความต้องการสนับสนุนด้านเงิน (จำนวน 1 คน) พบว่า ผู้ประกอบการขนาด กลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือในการเปิด โอกาสให้ผู้ประกอบการกู้ดอกเบี้ยต่ำในระยะยาวเพื่อนำเงินมาหมุนในการซื้อวัตถุดิบ และเครื่องมือ ในการทำพลอยเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอัญมณี นำเงินกู้มาหมุนเวียนในการทำ ธุรกิจ ความต้องการด้านวัสดุอุปกรณ์ (จำนวน 1 คน) พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาด ย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ต้องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกรรมวิธีในการผลิตสินค้า ให้ได้คุณภาพ ซึ่งจะทำให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ที่มีเทคโนโลยีในการผลิต แต่ไม่ สามารถสู้ผู้ค้าพลอยจันทบุรี ได้ในเรื่องการทำพลอยหรือขึ้นตัวเรือนให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี มีปัญหาด้านการตลาดมากที่สุด คือ เกิดปัญหาจากการที่ผู้ประกอบการไม่มีการวิเคราะห์แผนการตลาด ทำให้ไม่สามารถคาดคะเนได้ว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ขององค์กรคืออะไร ทั้งนี้ผู้ประกอบการมีผลกระทบที่เกิดจากสภาวะเศรษฐกิจการเมืองของประเทศที่ไม่คงที่ ทำให้ผลกำไรลดลง และคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศมีขีดความสามารถสูงกว่าในการนำเทคโนโลยีมาใช้มากกว่า ทำให้ลูกค้าของผู้ประกอบการในจังหวัดจันทบุรีลดน้อยลง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Fayol (1916, อ้างถึงใน ชลเชษฐ์ หิรัญพิศ, 2557, หน้า 12) ที่ว่า การจัดการ ประกอบด้วย POCCC ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดการองค์การ (Organizing) การสั่งการ (Commanding) การประสานงาน (Coordinating) และการควบคุม (Controlling) นอกจากนี้ ยังสอดคล้อง/ ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สุชีรา แยมเกตุ (2555) ที่พบว่าปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับจำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจพบว่าด้านการผลิต ผู้ประกอบการประสบปัญหาด้านวัตถุดิบมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัญหาด้านแรงงาน ด้านเทคโนโลยี และด้านเงินทุนส่วนด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ตามลำดับ เป็นต้น

นอกจากนี้ ปัญหาที่รองลงมาคือ ปัญหาด้านความสามารถในการแข่งขัน เช่น ขาดช่างฝีมือแรงงานด้านอัญมณี และขาดเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรในการทำพลอยที่ทันสมัย ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่ไม่ค่อยถ่ายทอดความรู้ หรือเทคนิค ที่ลึกซึ้งเพราะผู้ค้าพลอยในพื้นที่มองว่าเป็นความสามารถหรือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลที่จะนำเทคนิคมาประกอบอาชีพด้านอัญมณี ทำให้เทคนิคด้านอัญมณีไม่ได้รับการถ่ายทอดให้คนรุ่นหลัง ทั้งนี้ผู้ค้าพลอยมองว่าการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้นั้นมีคุณภาพในการผลิตเครื่องประดับได้ต่ำกว่ามาตรฐานกว่าผลิตแบบดั้งเดิม ทำให้ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Entrialgo (2002 อ้างถึงใน สุชีรา อะทะวงษา, 2556, หน้า 19) ที่ว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางของ Miller ที่ได้ศึกษาในปี 1983 ว่า คุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการจะต้องประกอบด้วย การสร้างนวัตกรรมการเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นพฤติกรรมของผู้ประกอบการแต่ละรายที่จะแสดงออกในการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ปัญหาด้านความสามารถในการแข่งขันนั้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) ปัญหาโดยรวมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยยังคงประสบปัญหาต่าง ๆ ดังเช่นในอดีต โดยปัญหาหลักนั้น ได้แก่

การสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ยังไม่สามารถก้าวสู่การแข่งขันกับประเทศผู้นำการผลิตสินค้ามูลค่าเพิ่มสูงได้ เนื่องจากหากเปรียบเทียบสถานะของอุตสาหกรรมไทยกับประเทศอื่นในด้านระดับเทคโนโลยีการออกแบบต้นทุนในการผลิตและการสร้างความหลากหลายของสินค้าและบริการ และปัญหาด้านการเข้าถึงบริการของภาครัฐ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการบริการของภาครัฐเข้าถึงเฉพาะบางกลุ่มเท่านั้น เช่น การประชาสัมพันธ์เพื่อให้ผู้ประกอบการเตรียมตัวในการจัดงาน ภาครัฐมีแค่แผนนโยบายในการริเริ่มกิจกรรมต่างๆเท่านั้น ภาครัฐไม่ได้มีการลงพื้นที่จริง หรือทำกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการโดยตรง ทำให้กระบวนการจัดงานเกี่ยวกับอัญมณีไม่ได้ถึงผู้ประกอบการหรือพ่อค้าพลอยทุกคน เพียงแต่บอกผ่านองค์กรที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ซึ่งก็ไม่ได้มีการทำงานร่วมกันซึ่งผลการศึกษาดังกล่าว ไม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Newman and Charles (1964, p. 9 อ้างถึงใน นิตยร์ดี ใจอาษา, 2550, หน้า 17) ที่ว่าการบริหาร หมายถึง เป็นกระบวนการ ทางสังคมที่ประกอบด้วยชุดของกิจกรรม อันจะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายและ กิจกรรมต่าง ๆ นั้นมักจะเกี่ยวข้องกับการติดต่อสัมพันธ์

นอกจากนี้มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559) ที่พบว่า ปัญหาในการเข้าถึงบริการของภาครัฐ กลุ่มธุรกิจทั่วไปจำนวนมากเป็นการจัดตั้งกิจการที่มีรูปแบบไม่เป็นทางการเช่นเป็นโรงงานห้องแถวไม่มีการจดทะเบียน โรงงานดัดขึ้นกิจการหรือโรงงานเหล่านี้จึงค่อนข้างปิดตัวเองในการเข้ามาใช้บริการของรัฐหรือแม้แต่เกิดกิจการที่มีการจดทะเบียนถูกต้องก็มักจะเข้ามาเกี่ยวข้องกับหน่วยงานของรัฐเนื่องจากปฏิบัติไม่ค่อยถูกต้องเกี่ยวกับเรื่องภาษี การรักษาสภาพแวดล้อม และขาดข้อมูลทางการเข้าถึงบริการของรัฐเช่น ไม่รู้แหล่งที่ตั้ง ขาดความรู้เรื่องกฎระเบียบราชการ ทำให้ไม่ทันกับยุคสมัยการเปิดเสรีทางการค้า

2. จากผลการศึกษาความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี พบว่า มีความต้องการด้านการบริหารจัดการมากที่สุด (จำนวน 5 คน) คือ ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาเป็นแกนนำในการติดต่อค้าขายในตลาดต่างประเทศอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการมีช่องทางการค้าขายเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ภาครัฐต้องเข้ามาเป็นตัวประสานการทำงานร่วมกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความคล่องตัวมากขึ้น และในพื้นที่ภาครัฐควรมีการส่งเสริม ให้มีการจัดงานริมน้ำจันทบูรควบคู่กับกับสินค้าเครื่องประดับอัญมณีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดจันทบุรี

ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ สมคิด บางโม (2542, หน้า 7 อ้างถึงใน รสริน อินสว่าง, 2556) ที่ว่าการบริหารจัดการ เป็นภารกิจของผู้บริหาร คือเป็นกลไกและตัวประสานที่สำคัญที่สุดในการประมวลผลักดันและกำกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ทำให้สามารถดำเนินไปได้

โดยมีประสิทธิภาพจนบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานตามที่ ซึ่ง การบริหารจัดการ เป็นภารกิจของผู้บริหารคือรัฐบาลเป็นกลไกและตัวประสานที่สำคัญที่สุดในการประมวลผลคัดค้านและกำกับปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 3 ประการ คือ ด้านคน ด้านเงินทุน และด้านวัสดุอุปกรณ์ ให้สามารถดำเนินไปได้โดยมีประสิทธิภาพจนบรรลุเป้าหมายของหน่วยงานตามที่ต้องการนอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภัทรพร สมเสมอ (2551) ที่พบว่า ความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พนักงาน ด้านการบริหารจัดการ ต้องการฝึกอบรมเทคนิค การจัดการสมัยใหม่ด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนต้องการการ เพิ่มวิธีการวางแผนพัฒนาผู้ประกอบการ สถานการณ์และแนวโน้มการประกอบธุรกิจ

รองลงมาความต้องการด้านคน (จำนวน 1 ท่าน) คือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ต้องการขยายกิจการเป็นกิจการขนาดใหญ่ จึงต้องการให้ภาครัฐเข้ามาดูแลในส่วนของกฎหมายแรงงาน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาครัฐไม่เปิดให้คนต่างด้าวเข้ามาเป็นแรงงานด้านอัญมณีเพราะว่าต้องการสงวนให้เป็นวิชาชีพเฉพาะคนไทย จึงต้องการให้ภาครัฐเข้ามาดูแลในส่วนของกฎหมายแรงงาน เนื่องภาครัฐไม่เปิดให้คนต่างด้าวเข้ามาเป็นแรงงานด้านอัญมณีเพราะว่าต้องการสงวนให้เป็นวิชาชีพเฉพาะคนไทย แต่ในสภาพปัจจุบัน ธุรกิจนี้ขาดแรงงานคนไทย จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถขยายกิจการได้ อีกทั้งการจ้างแรงงานที่ไม่ใช่คนไทยมาทำงานให้ก็ขัดกับกฎหมายด้วย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบจึงเสนอความต้องการให้รัฐทบทวนและเอื้ออำนวยกฎหมายแรงงานต่างด้าวในการมาเป็นแรงงานให้กับธุรกิจนี้ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของสมคิด บงโม (2542, หน้า 7 อ้างถึงใน รสริน อินสว่าง, 2556) ที่ว่า คน (Man) เป็นปัจจัยสำคัญของการบริหารงาน หน่วยงานหรือองค์กรต่าง ๆ จำเป็นต้องมีคนที่ปฏิบัติงาน ผลงานที่ดีจะออกมาได้ต้องประกอบด้วยบุคคลที่มีคุณภาพและมีความรับผิดชอบต่อองค์กรหรือหน่วยงานนั้น ๆ ความต้องการสนับสนุนด้านเงิน (จำนวน 1 คน) คือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ภาครัฐต้องเข้ามาช่วยเหลือในการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการกู้ดอกเบี้ยต่ำในระยะยาว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนำเงินมาหมุนในการซื้อวัตถุดิบ และเครื่องมือในการทำพลอยเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SMEs ด้านอัญมณี นำเงินกู้อาหมุนเวียนในการทำธุรกิจ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของสมคิด บงโม (2542, หน้า 7 อ้างถึงใน รสริน อินสว่าง, 2556) ที่ว่า เงิน (Money) หน่วยงานภาครัฐจำเป็นที่จะต้องมีการงบประมาณเพื่อการบริหารงานหากขาดงบประมาณ การบริหารงานของหน่วยงานก็ยากที่จะบรรลุเป้าหมาย ความต้องการด้านวัสดุอุปกรณ์ (จำนวน 1 คน) คือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี ต้องการนำเทคโนโลยีมาช่วยในกรรมวิธีในการผลิตสินค้า

ให้ได้คุณภาพ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาครัฐมีการช่วยเหลือเพื่อนำวัสดุ อุปกรณ์ที่ทันสมัยมาใช้ในการผลิตเครื่องประดับให้ได้มาตรฐานสูง ก็จะทำให้ผู้ประกอบการอัญมณีมีขีดความสามารถเพิ่มขึ้น เพราะผู้ประกอบการอัญมณีในจังหวัดจันทบุรีมีฝีมือที่ยอมรับจากทั่วโลก ในด้านการทำเครื่องประดับอัญมณี ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของสมคิด บางโม (2542, หน้า 7 อ้างถึงใน รสริน อินสว่าง, 2556) ที่ว่า การบริหารจำเป็นต้องมีวัสดุอุปกรณ์หรือทรัพยากรในการบริหาร หากหน่วยงานขาดวัสดุอุปกรณ์หรือทรัพยากรในการบริหารแล้วก็จะย่อมจะเป็นอุปสรรคหรือก็ให้เกิดปัญหาในการบริหารงาน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่องสภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี มีข้อเสนอแนะแยกออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดที่จะทำการส่งออก ข้อมูลด้านมาตรการการส่งเสริมอุตสาหกรรมอัญมณีของรัฐบาล ซึ่งเป็นข้อมูลที่จะต้องเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการได้ทราบ เนื่องจากข้อมูลบางประเด็นเป็นข้อมูลที่ผู้ประกอบการต้องใช้ประสบการณ์ตรงในการวิเคราะห์ เช่น ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพของวัตถุดิบ เป็นต้น
2. ภาครัฐควรมีนโยบายปลูกฝังให้เยาวชนในพื้นที่รักในอาชีพนี้ เนื่องจากสามารถเป็นอาชีพในการหารายได้ อีกทั้งทำให้เยาวชนหันมาประกอบอาชีพด้านอัญมณีอย่างจริงจังเพื่อต่อยอดสินค้าของจังหวัดจันทบุรีให้มีความยั่งยืนเป็นที่รู้จักของต่างชาติ
3. ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 แต่ลักษณะการทำกิจการของผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดจันทบุรียังไม่มีพัฒนาในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม ยังใช้การทำเครื่องประดับแบบโบราณอยู่ ซึ่งในปัจจุบันมองเห็นแล้วว่าเป็นปัญหาอย่างมากเนื่องจาก การผลิตไม่เพียงพอต่อผู้บริโภค ผู้ประกอบการควรใส่ใจเรื่องการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคดิจิทัลเทคโนโลยีระบบสารสนเทศต่าง ๆ มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจอย่างมาก

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. การออกไปรับรองมาตรฐานสินค้าและคุณภาพในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ยังไม่มีสถาบันที่ออกไปรับรองให้ได้มาตรฐาน ซึ่งในพื้นที่ควรมีหน่วยงานวิเคราะห์ที่ได้มาตรฐาน เป็นสถาบันวิจัยและพัฒนาให้เป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศ

2. องค์กรที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ สมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ หรือวิสาหกิจชุมชน ควรมีการทำงานร่วมกันไม่หวังผลประโยชน์ทางธุรกิจส่วนตัว ควรมองในเรื่องการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs อย่างจริงจัง เพื่อให้จังหวัดจันทบุรีเป็นเมืองด้านอัญมณี หรือเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีที่เติบโตอีกครั้ง

3. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีให้แม่นยำ เพื่อลดการสูญเสียวัตถุดิบที่มีค่า ทั้งเป็นการเสริมมูลค่าให้มีจำนวนมากขึ้นเพียงพอต่อลูกค้า

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการทำธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ โดยการนำหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้และทำการประเมินแนวทางในการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

2. ควรมีการวิจัยเรื่องตัวชี้วัดความสำเร็จ ของการบริหารการพัฒนาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในการทดลองใช้การบริหารการพัฒนาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับไทยตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้จากผลการวิจัย เพื่อสร้างเป็นมาตรฐานต่อไป

3. ควรมีการวิจัยพัฒนาการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ โดยนำวัตถุดิบพลอยที่เป็นเอกลักษณ์ของ จังหวัดจันทบุรี มาสร้างเอกลักษณ์ และตราสินค้าให้ผลิตภัณฑ์ไทย

บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. (2560). รายชื่อผู้ประกอบการ (SMEs) กลุ่มอัญมณีในจังหวัดจันทบุรีที่จดทะเบียนการค้า. เข้าถึงได้จาก <http://www.rd.go.th/publish/21524.0.html>
- กระทรวงการคลัง. (2560). มาตรการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับของโลก. เข้าถึงได้จาก <https://www.mof.go.th>
- จิตตาภรณ์ พุทธานยา. (2557). การสร้างคุณแบบวัดคุณลักษณะผู้ประกอบการสำหรับนักศึกษาณะบริหารธุรกิจในกรุงเทพมหานคร. ปรียญวิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการวัดผลการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ชลเชตต์ หิรัญพิศ, น.ท. (2557). การบริหารจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถ้ำยวกรรมหลวงชุมพรอำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี สู่แหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาบริหารทั่วไป, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ชาญชัย จินดาพล. (2554). ปัญหาการเมืองส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฐวพล ทิพยารมณ. (2551). ปัญหาในการดำเนินงานด้านการส่งออกของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- นภดล เหลืองภิรมย์. (2550). การจัดการนวัตกรรม: การพัฒนาตัวแบบความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของนักวิจัย. คุษฎีนิพนธ์ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต, สาขารัฐประศาสนศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นาง ก (นามสมมุติ). (2561, 16 มีนาคม). สัมภาษณ์.
- นาง ข (นามสมมุติ). (2561, 16 มีนาคม). สัมภาษณ์.
- นาง ค (นามสมมุติ). (2561, 16 มีนาคม). สัมภาษณ์.
- นาง จ (นามสมมุติ). (2561, 17 มีนาคม). สัมภาษณ์.
- นาง ฉ (นามสมมุติ). (2561, 17 มีนาคม). สัมภาษณ์.
- นาย ง (นามสมมุติ). (2561, 16 มีนาคม). สัมภาษณ์.

- นิศร์ดี ใจอาษา. (2550). *ความคิดเห็นของบุคลากรที่มีต่อกระบวนการบริหารจัดการในองค์การบริหารส่วนจังหวัดจันทบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน, วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เนตรนภา เดชหัสติน. (2553). *บุคลิกภาพ ความต้องการตามแนวคิดของ Maslow บรรยายภาคองค์การกับพฤติกรรมให้บริการของพยาบาลประจำการ โรงพยาบาลศิริราช*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาจิตวิทยาการให้คำปรึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญเพ็ง ศรีนุญิต. (2551). *สภาพปัญหาของธุรกิจร้านค้าขนาดย่อมในทัศนะผู้ประกอบการและลูกค้าในเขตอำเภอเมืองปากเซ จังหวัดจำปาสัก*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ภัทรพร สมเสมอ. (2551). *ปัญหาและความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงราย*. การศึกษาโดยอิสระ, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- รสริน อินสว่าง. (2556). *ปัจจัยทางด้านการบริหารจัดการกับความพึงพอใจของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมใน จังหวัดนครปฐม*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสยาม.
- ร่างแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 4. (2560-2564): ยุทธศาสตร์การส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. เข้าถึงได้จาก http://www.sme.go.th/upload/mod_download/ราชกิจจา_แผนปฏิบัติการ
- วิมล พรชัยวัฒนากร. (2550). *ปัญหาอุปสรรคของผู้ประกอบการในการจ้างแรงงานต่างด้าวศึกษากรณีฟาร์มเลี้ยงสุกรในพื้นที่จังหวัดชลบุรี*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2559). *การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนศึกษา, ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง. (2560). *นโยบายเกี่ยวกับการสนับสนุนผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี*. เข้าถึงได้จาก <http://www.mof.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2559). *ปัญหาของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2559*. เข้าถึงได้จาก <http://www.sme.go.th/>

- สิรินาถย์ กฤษณาธาร. (2552). ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุชีรา เข้มเกตุ. (2555). ปัญหาการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของธุรกิจส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับของไทย. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุชีรา อะทะวงษา. (2556). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2552). โครงการศึกษาวิเคราะห์เดือนภัย SMEs รายสาขา (SAW) สำนักงานธุรกิจขนาดกลาง. พนักงานระดับอาวุโส อุตสาหกรรมฝ่ายผลิตและขนาดย่อม. เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net>
- อภิรยา ศรีฤทธิประดิษฐ์. (2555). ศักยภาพการบริหารงานของผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้าง SMEs กลุ่มธุรกิจรับเหมาก่อสร้างรายย่อย ในเขตเทศบาลตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, คณะการจัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.



ภาคผนวก

แบบสัมภาษณ์

เรื่องสภาพปัญหาการดำเนินงานและความต้องการสนับสนุนจากภาครัฐของผู้ประกอบการขนาด
กลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี

วันที่.....

เวลาที่ให้สัมภาษณ์.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อ.....

นามสกุล.....

เพศ 1. ชาย 2. หญิง

อายุปี

ขนาดธุรกิจของผู้ประกอบการ ขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดย่อม

ระยะเวลาการประกอบธุรกิจปี

ส่วนที่ 2 บริบทและความเป็นมาของพลอยจันทบุรี

2.1 บริบทและความเป็นมาของพลอยจันทบุรีมีความเป็นมาอย่างไรและปัจจุบันพลอย
จันทบุรีในพื้นที่

ยังมีอยู่หรือไม่

2.2 ปัจจุบันท่านซื้อพลอยจากผู้ทาสพลอยโดยตรงหรือคนเดินพลอยถ้าทั้ง 2 แหล่ง
สัดส่วนไหนมากกว่ากันราคาต่างกันหรือไม่เพื่อนามาพิจารณาในแง่การลงทุน

2.3 ท่านทราบหรือไม่ว่าพลอย/อัญมณีที่ท่านซื้อมาจากไหนหรือนอกประเทศ/ ถ้าทราบ
ทราบได้อย่างไร

2.4 ในปัจจุบันมีการนำเข้าพลอยจากอัฟริกาเป็นจำนวนมากนำเข้ามายังในจังหวัด
จันทบุรี ระหว่างพลอยเมืองจันทกับพลอยอัฟริกามีความแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

ส่วนที่ 3 ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณี จังหวัดจันทบุรี

3.1 ปัญหาการสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

3.1.1 ผู้ประกอบการมีปัญหาทางการแข่งขันการนำเทคโนโลยีมาใช้กับธุรกิจหรือไม่และมีการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจหรือไม่อย่างไร

3.1.2 ผู้ประกอบการมีวิธีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศทางด้านใดบ้างและมีปัญหาอย่างไร

3.1.3 ผู้ประกอบการมีนโยบายการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาดหรือไม่อย่างไร

3.1.4 ผู้ประกอบการมีปัญหาในด้านบุคลากรหรือไม่อย่างไรมีวิธดูแลบุคลากรที่มีความสามารถให้อยู่กับผู้ประกอบการอย่างไร

3.2 ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

3.2.1 ท่านมีปัญหาหรือเงื่อนไขในการขอกู้เงินในระบบหรือไม่อย่างไร

3.2.2 การขยายกิจการท่านมีปัญหาเงินทุนหมุนเวียนหรือไม่ถ้ามีท่านมีวิธีจัดการอย่างไร

3.3 ปัญหาการเข้าถึงบริการของภาครัฐ

3.3.1 องค์กรท่านประสบปัญหาในการเข้าถึง/ จากบริหารภาครัฐหรือไม่

3.3.2 นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมอัญมณีของภาครัฐมีการเข้าถึงพื้นที่หรือไม่ผู้ประกอบการในพื้นที่รับรู้ข่าวสารทั่วถึงหรือไม่

3.4 ปัญหาทางการตลาด

3.4.1 กิจการท่านมีปัญหาในด้านการเติบโตของการขายหรือกำไรเริ่มหดหายหรือไม่อย่างไร

3.4.2 ภาครัฐต้องการส่งเสริมให้จังหวัดจันทบุรีเป็นศูนย์กลางด้านอัญมณีซึ่งจากสภาพพื้นที่จริงสามารถเป็นศูนย์กลางค้าได้หรือไม่...และพบอุปสรรคอะไรที่จะทำให้จันทบุรีไม่สามารถเป็นศูนย์กลางด้านอัญมณี

3.5 ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

3.5.1 องค์กรท่านมีปัญหาในการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานหรือไม่...อย่างไร

3.5.2 องค์กรท่านขาดการพัฒนา รูปแบบสินค้าใหม่ตามความต้องการของตลาดในปัจจุบันหรือไม่

3.5.3 ความต้องการของตลาดในปัจจุบันคืออะไร/ มีความต้องการสิ่งใหม่ ๆ อย่างไรบ้าง

ส่วนที่ 4 ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มอัญมณีจังหวัดจันทบุรี

4.1 ด้านคน (Man)

4.1.1 ท่านต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนทักษะความรู้ความสามารถของบุคลากรด้านใดบ้าง

4.1.2 องค์กรท่านมีการใช้ฝีมือแรงงานหรือไม่/ ท่านอยากให้ภาครัฐเข้ามาพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างไร

4.2 ด้านเงิน (Money)

4.2.1 ท่านมีปัญหาด้านเงินทุนหรือไม่ และอยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือด้านเงินทุนอย่างไรเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรท่าน

4.2.2 ธุรกิจอัญมณีในจังหวัดจันทบุรีส่วนใหญ่เป็นการลงทุนเอง ท่านมีความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาถือหุ้นร่วม เพื่อแบ่งเบาภาษีอย่างไร

4.3 ด้านวัสดุ อุปกรณ์ (Material)

4.3.1 องค์กรท่านขาดเครื่องมือใหม่ ๆ ในการพัฒนาสินค้าหรือไม่ และต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลืออย่างไร

4.3.2 องค์กรท่านมีเทคนิค ความชำนาญ ในการเผาพลอยหรือไม่อยากให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการเผาพลอยคือเทคโนโลยีด้านใด

4.4 ด้านการบริหารจัดการ (Management)

4.4.1 องค์กรท่านมีความต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือส่งเสริมการบริหารด้านใดหรือส่วนใด เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต

4.4.2 ท่านมีความต้องการให้ธุรกิจอัญมณีในจังหวัดจันทบุรี มีแนวทางเป็นอย่างไรในอนาคต

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายคามิน อาแว
วัน เดือน ปี เกิด	13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2535
สถานที่เกิด	จังหวัดนราธิวาส
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	เจ้าหน้าที่ธุรการพัสดุ กองบริหารงานทั่วไป ท่าเรือแหลมฉบัง
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 71/1 หมู่ที่ 8 ตำบลจำปา อำเภอกาแพง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 13130
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2558 บริหารธุรกิจบัณฑิต (ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ) คณะอัญมณี มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2561 รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการภาครัฐและภาคเอกชน) วิทยาลัยบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา