

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม
ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร



ศรินญา ตรีจันทปกรณ์

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2563

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม
ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร



ศรินญา ตรีจันทปกรณ์

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักบริหารและพัฒนาระบบราชการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2563

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม
ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร

ศรินญา ตริจันทปกรณ

การค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญพัทธ์สิริ กล่อมธงเจริญ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูษณิศา เดชเถกิง)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ)

รักษาการแทนรองอธิการบดี ปฏิบัติการแทน

อธิการบดีมหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมครามในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร
ชื่อผู้เขียน	นางสาวศรินญา ตรีจันทปรกรณ์
ชื่อปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญ์พัสวีย์ กล่อมธงเจริญ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ซึ่งประกอบไปด้วย การบริหารด้านการจัดการ การบริหารด้านการตลาด การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การบริหารด้านการเงิน โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามที่สร้างจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม โดยการเลือกเฉพาะพื้นที่ที่มีการจำหน่ายผ้าอ้อมครามมากที่สุด จำนวน 117 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่เป็นอิสระจากกัน (Independent T-Test) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรด้วยสถิติ One Way ANOVA และ LSD หรือ Fisher's Least-Significant Difference ในการเปรียบเทียบรายคู่

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจอยู่ในช่วง 5 - 10 ปี เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจเริ่มแรก 50,000 - 100,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 30,001 - 40,000 บาท และจำนวนบุคลากร 1 - 2 คน ภาพรวมของระดับความคิดเห็นในปัจจัยแห่งความสำเร็จอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการบริหารจัดการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารการเงิน และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1.ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ อายุ ไม่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม และระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการผ้าอ้อมคราม 2.

ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ไม่มีผลต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม คือด้านการบริการจัดการ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และด้านการบริหารการเงิน

คำสำคัญ : ปัจจัยแห่งความสำเร็จ, ปัจจัยส่วนบุคคล, ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ, ผู้ประกอบการ, ผ้าย้อมคราม



Title	KEY SUCCESS FACTORS OF INDIGO DYEING ENTREPRENEURS IN SAKON NAKHON
Author	Miss Sarinya Treechanthapakorn
Degree	Master of Business Administration in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Kunpatsawee Klomthongjaroen

ABSTRACT

The purposes of this research are to study key success factors of indigo-dyed fabric entrepreneurs in Sakon Nakhon Province, which are administration management, marketing management, human resources management, and financial management. This research is a survey research. The questionnaire is made based on relevant research documents to be used as a tool to compile data from 117 indigo-dyed fabric entrepreneurs. They are selected from the areas mostly selling indigo-dyed fabric. The statistics used for data analysis consist of percentage, mean, standard deviation and statistics applied for hypothesis test include independent T-test, one-way ANOVA and Fisher's Least-Significant Difference (LSD).

The findings reveal that the majority of indigo-dyed fabric entrepreneurs are female; aged 41-50 50 years; first business investment sum 50,000-1000,000 Baht; average income 30,001-40,000 Baht and number of personnel is 1 – 2 persons. The overall opinion level of success factors is at high level. For each aspect, opinion on administration management is at the highest level, followed by marketing management, financial management and human resources management, respectively.

The hypothesis test results reveal that: 1) different personal factors of gender and age have no influence to success of indigo-dyed fabric entrepreneurs, while different education background has influence to success of indigo-dyed fabric

entrepreneurs; 2) different factor of entrepreneurship in term of business operation period has no influence to success of indigo-dyed fabric entrepreneurs. Meanwhile, different investment sum, average monthly income and number of personnel have influence to success of entrepreneurs.

Keywords : Key success factors, Personal Characteristics, Entrepreneurial fundamentals, Entrepreneurs, Indigo dyeing



กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยในหัวข้อ “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร” สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี เนื่องด้วยได้รับความกรุณาจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กัญญาพัสดุ กลุ่มอรรถเจริญ ประธานกรรมการที่ปรึกษา พร้อมด้วยคณะกรรมการได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิต และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา ศรีนฤวรรณ ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ตรวจสอบ ตรวจสอบ ให้แนวทางในการทำวิจัยอย่างถูกต้องตามระเบียบวิธี จนทำให้งานวิจัยฉบับนี้มีความสมบูรณ์ และมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ที่ให้ความอนุเคราะห์และความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา เพื่อนๆ พี่ๆ ที่ให้ความรัก ความห่วงใย ความช่วยเหลือ เป็นกำลังใจและสนับสนุน ส่งเสริมในทุกๆ ด้านมาโดยตลอด จนทำให้ผู้วิจัยสามารถจัดทำวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ศรินญา ตรีจันทปกรณ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ต
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามของการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามคำศัพท์.....	5
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ.....	6
แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์.....	23
แนวความคิดปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ.....	24
ผ้าย้อมคราม.....	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28
กรอบแนวความคิด.....	32
สมมติฐานงานวิจัย.....	32

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	33
สถานที่ดำเนินการวิจัย.....	33
ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	36
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36
ระยะเวลาในการทำวิจัย.....	38
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	39
ส่วนที่ 1 : วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม	39
ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม	43
ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน	49
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	116
สรุปผลการศึกษา.....	116
อภิปรายผลการศึกษา	119
ข้อเสนอแนะ	123
บรรณานุกรม.....	126
ภาคผนวก แบบสอบถามงานวิจัย	130
ประวัติผู้วิจัย.....	136

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการผ้าย้อมครามในเขตจังหวัดสกลนคร	27
ตารางที่ 2 แสดงจำนวนผู้ประกอบการผ้าย้อมครามในเขตจังหวัดสกลนคร (ต่อ).....	28
ตารางที่ 3 สรุปลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	30
ตารางที่ 4 สรุปลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)	31
ตารางที่ 5 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม 4 อำเภอ ในจังหวัดสกลนคร	33
ตารางที่ 6 แสดงระดับความคิดเห็นด้วยและคะแนนค่าน้ำหนักของตัวเลือก (Likert Scale)	34
ตารางที่ 7 แสดงการแปลความหมายค่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง.....	35
ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	39
ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	40
ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา ..	40
ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ	41
ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ	42
ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	42
ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุคลากร..	43
ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร รวมทั้ง 4 ด้าน	44
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จในด้านการบริหารจัดการ	44
ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จในด้านการบริหารการตลาด	46

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 47

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จในด้านการบริหารการเงิน 48

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเพศ 50

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมครามในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ 51

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมครามในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา 52

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการบริหารจัดการ..... 53

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา 54

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน 56

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด 57

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการบริหารการตลาด 58

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา 59

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหาร การตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า.....	60
ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหาร การตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น	62
ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหาร การตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง	63
ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหาร การตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน.....	64
ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตาม ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ.....	65
ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมครามในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนคร จำแนกตาม เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ	67
ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการบริหารการตลาด	68
ตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ ด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ.....	69
ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อ ด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่	

จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า.....	71
ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อ ด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน	72
ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อ ด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า	73
ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	74
ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยแห่ง ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการ บริหารจัดการ.....	75
ตารางที่ 42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ ด้านการบริหารจัดการ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขต พื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	76
ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ บริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ธุรกิจมีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการ วางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน.....	78
ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ บริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมายที่ชัดเจน.....	80
ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ บริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด	

สกลนครแตกต่างกัน ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด.....	81
ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร.....	82
ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ.....	83
ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ.....	84
ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด.....	85
ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการบริหารการตลาด	86
ตารางที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อการบริหารการตลาด ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	87
ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า.....	89

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ
 บริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด
 สกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับ
 คู่แข่งได้..... 90

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ
 บริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด
 สกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน 91

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ
 บริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด
 สกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า..... 92

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยแห่ง
 ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการ
 บริหารทรัพยากรมนุษย์..... 93

ตารางที่ 57 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ
 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม
 ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 94

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ
 บริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่
 จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ 95

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ
 บริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่
 จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการของบุคลากรที่
 เหมาะสมกับงาน 96

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยแห่ง
 ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการ
 บริหารการเงิน..... 97

ตารางที่ 61 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ ด้านการบริหารการเงิน ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขต พื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน	98
ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ บริหารการเงิน ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้	100
ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ บริหารการเงิน ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความ คล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา	101
ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการ บริหารการเงิน ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมี ประสิทธิภาพ.....	102
ตารางที่ 65 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตาม จำนวนบุคลากร.....	103
ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อปัจจัยแห่ง ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการ บริหารจัดการ.....	104
ตารางที่ 67 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ ด้านการบริหารจัดการ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขต พื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามจำนวนบุคลากร.....	105
ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหาร จัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ธุรกิจมีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการ ดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน	107

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน	108
ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด ..	109
ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ.....	110
ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์.....	111
ตารางที่ 73 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามจำนวนบุคลากร.....	112
ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการ.....	113
ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร	114
ตารางที่ 76 สรุปทดสอบสมมติฐาน	115

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด.....	32



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ผ้าข้อม คือ การข้อมผ้าด้วยสีจากธรรมชาติแล้วนำมาทอเป็นผ้า ถือเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีการสืบทอดกันอย่างแพร่หลาย มีอยู่ทั่วไปในเกือบทุกที่ของประเทศไทยกันมาช้านานแล้ว แต่ไม่มีการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรไว้เป็นหลักฐานว่าเริ่มทอผ้าและการข้อมผ้าด้วยสีธรรมชาตินั้นเริ่มกันมาตั้งแต่เมื่อไร นอกจากหลักฐานทางโบราณวัตถุที่นักโบราณคดีค้นพบในประเทศไทย ได้มีการพบโบราณวัตถุที่เกี่ยวข้องกับเรื่องผ้าหลายแห่ง ทำให้เป็นที่ทราบกันว่าผ้าข้อมเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนไทยที่ได้รับการสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน ส่งผลให้ผ้าข้อมของประเทศไทยกลายเป็นงานฝีมือที่อาศัยศิลปะในการผลิต และแสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ซึ่งผ้าข้อมสีจากธรรมชาติของประเทศไทยนั้นได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งจากชาวไทย และชาวต่างชาติ ซึ่งในขั้นตอนการผลิตที่ต้องใช้แรงงานคนเป็นหลักนั้น จะเหมาะสมกับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก กล่าวคือธุรกิจผ้าข้อมสามารถสร้างงานให้กับชาวบ้าน และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่แรงงานในท้องถิ่นอีกด้วย (เชษฐวุฒิ บุตรชาติ, 2552)

การผลิตผ้าทอข้อมคราม เป็นหนึ่งในหลายๆ ภูมิปัญญาที่แสดงถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการข้อมสีคราม เป็นวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ เพราะใช้พืชจากธรรมชาติเป็นส่วนประกอบ และลวดลายทอบนผืนผ้าเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ผ้าข้อมครามจึงมีคุณค่าเชื่อมโยงในทุกมิติของชีวิต ทั้งการทอห่มร่างกาย การแลกเปลี่ยนแบ่งปัน ตลอดจนเป็นมรดกตกทอดแก่ลูกหลาน สำหรับการข้อมครามนั้น พบว่ามนุษย์รู้จักการข้อมครามมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยส่วนใหญ่ครามจะมีถิ่นกำเนิดในเขตร้อนชื้น โดยธรรมชาติครามจะมีสีน้ำเงินเข้ม มีความคงทน และประเทศทางตะวันออกเป็นผู้ริเริ่มใช้ประโยชน์จากครามรายงานครั้งแรกที่มีการใช้สีครามในจีนมีอายุมากกว่า 6,000 ปี (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2541) และในประเทศไทยคาดว่าครามเป็นพืชดั้งเดิมบนที่ราบสูงภาคเหนือ และภาคอีสาน ทั้งนี้เพราะชนกลุ่มน้อยในพื้นที่ดังกล่าวมีวัฒนธรรมด้านเครื่องแต่งกายนุ่งห่มที่ใช้สีดำ และสีน้ำเงินเป็นหลัก สำหรับในภาคอีสานพบว่าการทอผ้าข้อมครามมากที่จังหวัดสกลนคร เนื่องจากจังหวัดสกลนครเป็นจังหวัดที่ประกอบด้วยชนเผ่าต่างๆ ได้แก่ ไทยภูไท ไทโย้ย ภูไท ไทกะเลิง ไทโซ่ ไทข่า และไทลาว ทุกเผ่ามีเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่เป็นสีดำ และสีน้ำเงินเป็นหลัก (เลอพงศ์ อุปครราช, 2546) ซึ่งในขณะเดียวกันก็ได้นำภูมิปัญญาเก่า ๆ ที่ได้สืบทอดกันมาแต่สมัยโบราณจากเดิมเกือบเลือนหายไปแล้วนั้น กลับมาพัฒนาเป็นอาชีพหลักของลูกหลานในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์จากผ้าครามมีมาตั้งแต่สมัยอดีต ซึ่งครามเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนรุ่นเก่าที่นำครามมาย้อมเป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน อาทิเช่น ผ้าถุง ผ้าคลุมไหล่ หรือเสื้อผ้าเท่านั้น แต่ในช่วง 5-6 ปี ที่ผ่านมา ผ้าครามเริ่มได้รับความนิยมอย่างมาก เมื่อคนในชุมชนทั้งคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่ได้เริ่มให้ความสนใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ทำให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนและผลักดันให้เป็นสินค้าหลักของจังหวัดสกลนคร

ปัจจุบันถ้าจะกล่าวถึงผ้าย้อมครามในจังหวัดสกลนครนั้น เป็นที่สนใจและต้องการมาก แต่ผ้าย้อมครามคุณภาพดี ยังออกสู่ตลาดน้อย ขณะที่ผ้าย้อมครามคุณภาพปานกลาง ออกสู่ตลาดจำนวนมาก ส่วนผ้าย้อมครามหรือสีครามคุณภาพดี สีจะเข้มหรือจาง ก็ต้องสีสดใส่ สะอาด ดัดทอน สีไม่ตก ซึ่งคุณภาพเหล่านี้เป็นผลมาจาก คุณภาพของวัตถุดิบและความรู้ความชำนาญของผู้ผลิต การเตรียมสีครามและย้อมสีครามมีเทคนิคพิเศษกว่าการย้อมสีธรรมชาติอื่น

ธุรกิจผ้าครามในปัจจุบันมีการแข่งขันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีตลาดผ้าครามที่นำสินค้ามาขายได้มากขึ้น อาทิเช่น ถนนคนเดินหน้าวัดธาตุเชิงชุม ตามตลาดงานออกร้านต่างๆ และร้านค้าที่ตั้งขึ้นมาเอง เป็นต้น ดังนั้นผู้ผลิตจึงต้องมีการสร้างมาตรฐานในตัวผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ โดยเริ่มตั้งแต่แหล่งผลิต ไปจนถึงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อให้มากที่สุด อีกปัญหาหนึ่งที่ผู้ผลิตต้องเผชิญก็คือการที่ผู้ผลิตรายเล็กต้องเจอกับโรงงานรายใหญ่ที่ได้เปรียบในเรื่องของการผลิตสินค้าได้จำนวนที่ละมากๆทำให้มีต้นทุนต่ำกว่าผู้ผลิตรายเล็ก ทำให้ต้องเผชิญกับราคาการขายที่ต้องขายในราคาที่ไม่แพงกว่าของผู้ผลิตรายใหญ่ ดังนั้น จึงต้องมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและทันสมัยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน ทำให้ผู้ประกอบการผ้าครามต้องแข่งขันกันในการจำหน่าย และนำกลยุทธ์ต่างๆมาใช้ในการเรียกลูกค้าเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ มุ่งเน้นความต้องการในการเพิ่มยอดขายในการจำหน่าย อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเอง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน และพัฒนาธุรกิจให้มีความเหมาะสมกับสภาพธุรกิจ และเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแก่ธุรกิจในปัจจุบัน และในอนาคตต่อไป

คำถามของการวิจัย

1. มีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร
2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร เป็นอย่างไร
3. ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร มีอะไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจ ให้เป็นไปด้วยความมีประสิทธิภาพ
2. ผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการทั่วไปสามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ เทคนิคการดำเนินงาน และพัฒนาธุรกิจและเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแก่ธุรกิจ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะศึกษาเรื่องปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร มีขอบเขตและข้อจำกัด ด้านการศึกษาต่าง ๆ ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านการบริหารจัดการ
2. ด้านการบริหารการตลาด
3. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์
4. ด้านการบริหารการเงิน

ขอบเขตด้านประชากร

ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จำนวน 144 คน เป็นผู้ผลิตและผู้ประกอบการผ้าอ้อมคราม (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร, 2562)

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่สำหรับการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการจัดเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่ 18 อำเภอในจังหวัดสกลนคร ได้แก่ อำเภอเมืองสกลนคร อำเภอกุสุมาลย์ อำเภอกุดบาก อำเภอพรรณานิคม อำเภอวาริชภูมิ อำเภอส่องดาว อำเภอสว่างแดนดิน อำเภอวานรนิวาส อำเภออากาศอำนวย อำเภอบ้านม่วง อำเภอพังโคน อำเภอคำตากล้า อำเภอนิคมน้ำอูน อำเภอเต่างอย อำเภอโคกศรีสุพรรณ อำเภอเจริญศิลป์ อำเภอโพนนาแก้ว และอำเภอภูพาน

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาค้นคว้า เริ่มตั้งแต่ เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึง เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลาประมาณ 12 เดือน

นิยามคำศัพท์

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของหรือผู้ประกอบการธุรกิจค้าข้ามศรม ที่มีการนำค้าข้ามศรมแปรรูปเป็นเสื้อผ้า กระโปรง รองเท้า เครื่องประดับต่างๆ มาจำหน่ายในเขตพื้นที่ 18 อำเภอในจังหวัดสกลนคร ได้แก่ อำเภอเมืองสกลนคร อำเภอกุสุมาลย์ อำเภอกุดบาก อำเภอพรรณานิคม อำเภอวาริชภูมิ อำเภอส่องดาว อำเภอสว่างแดนดิน อำเภอวานรนิวาส อำเภออากาศอำนวย อำเภอบ้านม่วง อำเภอพังโคน อำเภอคำตากล้า อำเภอนิคมน้ำอูน อำเภอเต่างอย อำเภอโคกศรีสุพรรณ อำเภอเจริญศิลป์ อำเภอโพนนาแก้ว และอำเภอภูพาน ซึ่งมีอำนาจในการตัดสินใจในการดำเนินงาน

ค้าข้ามศรม หมายถึง ผ้าพื้นบ้านที่ทอด้วยมือหรือเครื่องจักรด้วยสีครามธรรมชาติเกือบทั้งหมด มีเขตสีฟ้าถึงสีน้ำเงินเข้ม โดยใช้เส้นใยฝ้าย ไหม และใยกล้วยขึงบ้างเล็กน้อยมาดัดเป็นลวดลายก่อนนำไปทอเป็นผืน และแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ อาทิเช่น เสื้อ กางเกง กระโปรง กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับ เป็นต้น

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยที่สำคัญที่ต้องทำเพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ องค์กรมีปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จเป็นหลักหมายที่เป็นรูปธรรมในการยึดโยงการปฏิบัติงานทุกระดับ ให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกันทำให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าต้องทำอะไรบ้าง เพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ วิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จเป็นการให้หลักการ แนวทาง หรือวิธีการที่องค์กร จะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ และเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งต่อการบรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์

ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง องค์กรประกอบหรือสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องของการเปลี่ยนแปลงทางประชากร ซึ่งได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา โดยผู้รับข่าวสารที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีพฤติกรรม ความสนใจในการรับข่าวสารแตกต่างกันไป

ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ที่ประกอบไปด้วยระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ แหล่งที่มาของเงินทุน ผลประกอบการ ความสามารถในการถ่ายทอดวิธีการทำธุรกิจ ความสามารถในการให้คำปรึกษา ขนาดของการลงทุน และจำนวนบุคลากรในองค์กร เป็นต้น

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้ารวบรวมเอกสาร วารสาร หนังสือและงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาประกอบ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ด้านการบริหารจัดการ

ด้านการบริหารการตลาด

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ด้านการบริหารการเงิน

2. แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์

3. แนวความคิดปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ

4. ผ้าอ้อมคราม

5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

6 กรอบแนวความคิด

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key success factor : KSF) คือ ปัจจัยที่สำคัญยิ่งที่ต้องให้มีหรือให้เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ หรือเป็นการให้หลักการและแนวทาง วิธีการที่องค์กรจะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ได้ แต่ละองค์การจะมีปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นรูปธรรมในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานทุกระดับให้มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้เจ้าหน้าที่และผู้บริหารขององค์กรรู้ว่าต้องทำอะไรบ้าง เพื่อให้ผลสัมฤทธิ์ขององค์กรตอบสนองวิสัยทัศน์ หากปราศจากปัจจัยแห่งความสำเร็จแล้ววิสัยทัศน์ขององค์กรจะไม่ได้รับการตอบสนองอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ปัจจัยแห่งความสำเร็จเป็นเสมือนเครื่องมือหรือวิธีการฝึกการแยกแยะและวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่จะเร่งดำเนินการให้ดีที่สุด เพื่อการบรรลุเป้าหมายการประกอบการที่เหนือกว่าในอุตสาหกรรมนั้นๆ (ภัสสร เกษลักษณ์, 2561)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริการลูกค้า ปัจจัยแห่งความสำเร็จนี้จะสอดคล้องกับกลยุทธ์ของความต่าง ตลอดทั้งมีกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า โดยจะสามารถวัดค่าปัจจัยแห่งความสำเร็จได้โดยมีการแบ่งปัจจัยแห่งความสำเร็จออกเป็นในด้านปัจจัยด้านลูกค้า กระบวนการภายในธุรกิจ การเรียนรู้ และการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ และปัจจัยอื่นๆ เพื่อสามารถวัดผลการดำเนินงานในด้านต่างๆ ได้

ปัจจัยทางการเงินที่ใช้วัดความสำเร็จ ได้แก่ ผลกำไร สภาพคล่องของกิจการหรือธุรกิจทั้งกระแสเงินสด ความสามารถในการจ่ายดอกเบี้ย ผลตอบแทนของสินทรัพย์ ผลตอบแทนของสินค้านคงเหลือและผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับ นอกจากนี้ยังวัดค่าจากการขายสินค้าได้

ปัจจัยด้านลูกค้า ก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ชี้วัดถึงความสำเร็จต่างๆ ของการดำเนินงานที่สามารถวัดค่าของปัจจัยแห่งความสำเร็จได้ ซึ่งเป็นการวัดค่าความพึงพอใจของลูกค้า ว่ามีการตอบสนองกลับจากลูกค้าว่าเป็นอย่างไรหรือใช้วิธีในการสำรวจลูกค้า การประเมินตัวแทนจำหน่ายและความสัมพันธ์กับตัวแทนจำหน่าย ความรวดเร็วและถูกต้องในการส่งสินค้า คุณภาพของสินค้า ค่าใช้จ่ายในการรับประกันสินค้า ความสามารถในการทำการตลาดและการขาย โดยอ้างอิงจากแนวโน้มของยอดขาย กิจกรรมสำรวจตลาดและการฝึกอบรมพนักงาน

ปัจจัยด้านกระบวนการภายในธุรกิจ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่วัดความสำเร็จของธุรกิจ เพราะหากระบบการบริหารและการดำเนินงานด้านต่างๆ ไม่มีประสิทธิภาพแล้ว โดยแม้จะมียอดขายที่สูงก็อาจจะไม่รับผลตอบแทนอย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งจำเป็นต้องวัดคุณภาพของธุรกิจไม่ว่าจะเป็นด้านคุณภาพของสินค้า ว่ามีจำนวนของเสียอยู่ในระดับที่ควบคุมได้หรือไม่ มีค่าใช้จ่ายในการรับประกัน มีการซ่อมแซมสินค้าหรือแม้แต่การชดเชยสินค้ามาน้อยเพียงใด โดยประสิทธิภาพของการผลิตสินค้าทั้งในการใช้วัตถุดิบ แรงงานหรือแม้แต่เครื่องจักร ซึ่งทั้งหมดสามารถพิจารณาว่ามีจำนวนครั้งของการเกิดผลกระทบรุนแรงแค่ไหน ระดับใด โดยทั้งหมดนี้ต้องขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงแก้ไขการผลิตอีกด้วย

ด้านการบริหารจัดการ

ชิราวุธ ศรีกาญจนา (2548) กล่าวว่า องค์กร (Organization) คือ กลุ่มคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ร่วมกันดำเนินการใดๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดขึ้นเป็นหน่วยงานที่มีระบบ มีสายการบังคับบัญชาที่แน่นอน มีการแบ่งงานกันทำ มีการประสานงานให้ความร่วมมือกันทำงานในหน่วยงาน เพื่อจัดเป็นองค์การที่มีการบริหารงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร

พยอม วงศ์สารศรี (2536) กล่าวว่า การจัดการ (Management) คือ การดำเนินงานร่วมกันของคณะบุคคล เป็นกลุ่มผู้บริหารขององค์กร ในส่วนที่เกี่ยวกับการวางแผน การจัดองค์กร การจัดคน

เข้าทำงาน การสั่งการและการควบคุมกิจการให้ดำเนินไปตามนโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่กำหนดไว้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ธงชัย สันติวงศ์ (2539) กล่าวว่า การบริหารจัดการที่ดีผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการทุกคนต้องทำหน้าที่บริหารจัดการให้ระบบงานและระบบคนสามารถประสานงาน ทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จิระภา สุขเกษม (2547) ได้ให้ความหมายของการบริหารหรือการจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการจัดการและการใช้ทรัพยากรต่างๆที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดขึ้นไว้ล่วงหน้าให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. คน (Man) คือปัจจัยพื้นฐานอันดับแรกและเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ
2. เงิน (Money) คือ เงินสดหรือสินทรัพย์ รวมถึงเงินกู้ด้วย ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการซื้อที่ดินก่อสร้างโรงงาน
3. วัสดุอุปกรณ์ (Material) คือเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจให้ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
4. เครื่องจักร (Machine) คือเครื่องมือหลักในการผลิตสินค้าเพื่อใช้ปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า

วรารักษ์ สร้อยคำ (2547) ได้ให้ความหมายของการจัดการว่า เป็นกระบวนการที่นำไปสู่เป้าหมายขององค์กร โดยการวางแผน (Planning) การจัดการองค์กร (Organizing) การเป็นผู้นำ (Leading) และการควบคุม (Controlling) ทั้งในเรื่องของทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ อื่นๆ ทรัพยากรทางการเงิน และทรัพยากรทางข่าวสารข้อมูลสารสนเทศขององค์กร โดยทำให้เกิดทั้ง ประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นกระบวนการของการออกแบบและบำรุงรักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งมีผลทำให้การทำงานร่วมกันของแต่ละบุคคลในกลุ่มสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งหากกล่าวถึงความสำคัญของการจัดการแล้ว พอสรุปได้ดังนี้

1. กระบวนการจัดการที่ดี จะเป็นสมองขององค์กรในการนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้
2. การจัดการเป็นแนวทางที่ทำให้สมาชิกในองค์กร เกิดความตั้งใจเต็มใจร่วมกัน เพื่อให้ องค์กรประสบผลสำเร็จ เพราะมีกระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจนรวดเร็วมีประสิทธิภาพ
3. การจัดการลดความซับซ้อนในการทำงาน เพราะองค์กรได้กำหนดขอบเขตการทำงานของแต่ละบุคคลไว้อย่างชัดเจน

4. การจัดการเป็นวิธีการบริหารที่พยายามแสวงหาวิธีการที่ดีที่สุดเหมาะสมที่สุดกับสภาพของแต่ละบุคคล เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

บุตรี จารุโรจน์ คณะ (2549) ได้ให้ความหมายของการจัดการ คือการติดตาม การดำเนินการ ให้เป็นไปตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยองค์กรหรือบุคลากรที่ร่วมงานกัน เพื่อบรรลุเป้าหมายเฉพาะนั้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ คณะ (2550) ได้ให้ความหมายของการจัดการคือ เป็นกระบวนการที่ ออกแบบสำหรับบุคคล เพื่อการทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือเป็นกระบวนการของการมุ่งไปสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรหรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งบุคคลทำงานร่วมกัน ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สุธิดา เสถียรมาศ (2555) ได้กล่าวถึงด้านการจัดการคือ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจด้านการจัดการลำดับแรก คือ มีการกำหนดตัวชี้วัดเพื่อวัดผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน และมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรเพื่อทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรและใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์

Certo S.C. & Certo S.T. (2006) ได้ให้ความหมายของการจัดการว่า เป็นกระบวนการที่ นำพาองค์กรไปสู่เป้าหมาย ด้วยการทำงานกับบุคคลและทรัพยากรอื่นๆ ขององค์กร ซึ่งการจัดการจะมีลักษณะกว้างๆ 3 ประการ ดังนี้

1. เป็นกระบวนการที่ต่อเนื่อง ซึ่งสัมพันธ์กับกิจกรรมต่างๆ
2. เป็นการมุ่งให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร
3. เป็นการนำไปถึงเป้าหมายด้วยการทำงานกับบุคคล และทรัพยากรอื่นๆขององค์กร

ณัฐพันธ์ เขจรนนท์ ฉัตยาพร เสมอใจ (2548) กล่าวว่า หน้าที่ทางการจัดการ (Management Functions) ประกอบด้วย 5 ประการ คือ

1. การวางแผน (Planning) เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และวิธีการต่างๆ เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายนั้น พัฒนาลำดับในการดำเนินงานและการจัดสรรทรัพยากร เพื่อรวบรวมและประสานงานกับกิจกรรมต่างๆ ให้ส่งเสริมและมุ่งสู่เป้าหมาย การวางแผนมีเป้าหมายที่สำคัญดังนี้

- 1) เพื่อกำหนดทิศทาง และส่งเสริมการประสานงานภายในองค์กร
- 2) ลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในอนาคต
- 3) ลดการสูญเสียและการทำงานที่ซ้ำซ้อน
- 4) สร้างเกณฑ์ และมาตรฐานในการควบคุม

การวางแผน เป็นหน้าที่สำคัญอย่างแรกในกระบวนการทางการจัดการที่ผู้จัดการทุกคนและทุกระดับต้องปฏิบัติ เป็นหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จในการบริหารงานของผู้จัดการและอนาคตขององค์กร

2. การจัดองค์กร (Organizing) เป็นการจัดโครงสร้าง การจัดระบบงาน การรวมกลุ่มกิจกรรม การกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบ และการมอบหมายงานให้ผู้ได้บังคับบัญชาแต่ละคน เพื่อที่จะปฏิบัติงานให้สอดคล้องกันและบรรลุเป้าหมายที่ผู้จัดการกำหนด การจัดองค์กรเป็นเรื่องของการจัดระบบ (System) ระเบียบ (Order) และความสัมพันธ์ (Relationship) ในหน่วยงานที่ร่วมมือกันทำงานให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ หรือเป็นการสร้างการรวมพลัง (Synergy) ให้เกิดขึ้นในระดับหน่วยงาน และองค์กร

3. การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) เป็นการกำหนดความต้องการ สรรหา คัดเลือก บรรจุฝึกอบรม พัฒนา บำรุงรักษา และจูงใจบุคลากรภายใต้การบังคับบัญชาให้ปฏิบัติงานได้ตามที่ต้องการ การจัดบุคคลเข้าทำงานยึดหลักการจัดคนให้เหมาะสมกับงาน และช่วงเวลา

การบริหารงานบุคคลเป็นกระบวนการในการบริหารกำลังคนขององค์กร ผ่านทางการวางแผนนโยบาย กฎ ระเบียบ และขั้นตอนการทำงาน การจัดบุคคลเข้าทำงาน (Staffing) เป็นส่วนหนึ่งในการบริหารงานบุคคล

การสรรหาบุคคล (Personal Recruitment) เป็นกระบวนการในการกำหนดความต้องการ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่องค์กรสนใจรับเข้าเป็นพนักงานให้สนใจสมัครเข้าร่วมงานกับองค์กร สิ่งที่ต้องคำนึงในการสรรหาบุคคลเข้าทำงาน คือ ความต้องการกำลังคนที่ใช้ปฏิบัติงาน และความเหมาะสมของคนที่กับลักษณะงานที่จะทำ แหล่งที่มาในการสรรหาบุคลากร แบ่งออกเป็น 2 แหล่ง คือ จากภายในองค์กร และจากภายนอกองค์กร โดยอาจทำการสรรหาตามระบบคุณธรรม ระบบอุปถัมภ์ หรือระบบอาวุโส ตามนโยบายและความเหมาะสมของสถานการณ์

การคัดเลือกบุคคล (Personal Selection) เป็นกระบวนการกลั่นกรองและตัดสินใจเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับความต้องการของงาน เข้าร่วมงานกับองค์กร ซึ่งจะมีการดำเนินการแตกต่างกันบ้างตามตำแหน่งงานหรือความต้องการของหน่วยงาน

ค่าจ้างเป็นเงินที่บุคลากรต้องได้รับจากการทำงานเป็นรายวันหรือตามที่ตกลง ขณะที่เงินเดือนเป็นรายได้ที่บุคลากรได้รับจากการทำงานโดยเหมาจ่ายเป็นรายเดือน ค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจมีอิทธิพลต่อการบริหารงานบุคคล เนื่องจากค่าตอบแทนและสิ่งจูงใจเป็นต้นทุนที่มีความชัดเจนในสายตาของนายจ้างและเป็นรายได้ที่สำคัญในการดำรงชีวิตของพนักงาน ซึ่งอาจมีความต้องการที่สวนทางกัน องค์กรต้องการที่จะจ่ายค่าจ้างน้อยๆ ในขณะที่พนักงานต้องการผลตอบแทนสูงๆ จึงต้องหาจุดสมดุลที่ต่างฝ่ายต่างยอมรับในข้อเสนอได้

การบำรุงรักษาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Maintenance) ให้มีความรู้ ทักษะ ทักษะที่ดี ความซื่อสัตย์ และความผูกพันต่อองค์กร อันก่อให้เกิดขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นสำคัญในการรักษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพตามที่องค์กรต้องการ ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณที่เหมาะสมอย่างต่อเนื่อง ฉะนั้นสิ่งที่มีความจำเป็น คือ ต้องมีหน้าที่รับผิดชอบในการเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ และความสามารถ รวมทั้งทัศนคติที่พึงปรารถนาให้แก่พนักงาน โดยทำการฝึกอบรมและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในรูปแบบต่างๆ เช่น การสอนงาน การให้ปฏิบัติงานแทน หรือการให้ลาศึกษาต่อ เป็นต้น

4. การเป็นผู้นำ (Leading) คือ การที่ผู้จัดการ หรือผู้นำ (Leader) ใช้ความสามารถและอิทธิพลในการชักจูงให้ผู้ตาม (Follower) อาจเป็นผู้ใต้บังคับบัญชาหรือบุคคลอื่นๆ ให้แสดงพฤติกรรมหรือปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและด้วยความเต็มใจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ผู้นำกำหนด

ผู้นำ (Leader) หมายถึง บุคคลซึ่งได้รับการแต่งตั้งขึ้น หรือได้รับการยอมรับจากสมาชิกให้เป็นหัวหน้ากลุ่ม โดยเป็นศูนย์รวมในการตัดสินใจเพื่อแก้ปัญหา ประสานงาน การดำเนินงานของกลุ่ม มักเกิดจากความยินยอมของสมาชิกมากกว่าการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ การแสดงภาวะผู้นำ (Leadership) หมายถึง กระบวนการที่ผู้นำมีอิทธิพลและใช้อำนาจเหนือบุคคลอื่นหรือผู้ตาม (Follower) ให้ทำงานตามที่ได้รับมอบหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายในสถานการณ์ต่างๆ

5. การควบคุม (Controlling) เป็นกระบวนการในการติดตาม ตรวจสอบ เปรียบเทียบ ผลการปฏิบัติงานจริงกับเป้าหมายที่วางไว้ตามเกณฑ์และมาตรฐานที่มี ตลอดจนทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้น เพื่อนำไปสู่การปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับจุดประสงค์และสถานการณ์ สามารถแบ่งประเภทของการควบคุมตามขั้นตอนการปฏิบัติงานออกเป็น 3 ชนิด

1) การควบคุมก่อนดำเนินงาน (Pre Control) เป็นการควบคุมก่อนที่จะเริ่มการดำเนินงานจริง มีอีกชื่อหนึ่งว่า การควบคุมไปข้างหน้า (Feed Forward Control) ผู้จัดการจะใช้การควบคุมก่อนการดำเนินงาน โดยสร้างนโยบาย กฎ และระเบียบต่างๆ เพื่อลดโอกาสของพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ที่จะเป็นสาเหตุของผลลัพธ์ที่ไม่เป็นที่ต้องการ

2) การควบคุมขณะดำเนินงาน (Concurrent Control) เป็นการควบคุมในขณะที่ปฏิบัติการ เพื่อให้งานดำเนินไปตามกรอบ ตามแนวทาง และเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชาในการบังคับบัญชาโดยตรงที่ต้องสั่งงาน ดูแล ติดตาม และตรวจสอบการดำเนินงานให้ได้ตามที่ต้องการ นอกจากนี้การควบคุมขณะการดำเนินงานจะไม่มุ่งเฉพาะที่จะควบคุมแต่พนักงานเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการควบคุมปัจจัยต่างๆ เช่น การควบคุมประสิทธิภาพของเครื่องมือ หรือการควบคุมแผนกต่างๆ

3) การควบคุมภายหลังการดำเนินงาน (Feedback Control) เป็นการควบคุมที่มุ่งเน้นไปที่ผลลัพธ์ (Output) จากการปฏิบัติงานขององค์กร ผู้จัดการจะใช้การควบคุมภายหลังการดำเนินงานเพื่อตรวจสอบผลงานและแก้ไขข้อผิดพลาดจากการดำเนินงานในช่วงระหว่างเวลาที่สนใจ โดยพิจารณาไปที่ผลการดำเนินงานในอดีต ซึ่งผู้ควบคุมอาจสนใจข้อมูลที่ละเอียดถี่ถ้วน หรืออาจสนใจไปที่ความสัมพันธ์ของปัจจัยหลายๆ ตัว เช่น กำไรสุทธิก่อนหักภาษี ปริมาณขาย หรือต้นทุนทางการตลาด เป็นต้น โดยปกติองค์กรจะมีวิธีการควบคุมภายหลังการดำเนินงานที่สำคัญ อันได้แก่ การวิเคราะห์ห้วงการเงิน การวิเคราะห์ต้นทุนมาตรฐาน การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการควบคุมคุณภาพ

จากการศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวกับด้านการบริหารจัดการ สามารถสรุปได้ว่า การบริหารจัดการองค์กร คือ การดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มคณะ หรือบุคคลร่วมกันดำเนินการใดๆ ให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งเรื่องการวางแผน การจัดองค์กร การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการและควบคุมกิจการให้ดำเนินไปตามนโยบายจนบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีกระบวนการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ โดยบริหารจัดการระบบงานระบบคนให้สามารถประสานงานร่วมกันได้ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง

ด้านการบริหารการตลาด

ธนวรรณ แสงสุวรรณ คณะ (2547) ได้ให้ความหมายการตลาดในทางสังคม หมายถึง กระบวนการทางสังคม ซึ่งบุคคลและกลุ่มได้รับการตอบสนองอย่างมีคุณค่าในสินค้าและบริการที่ต้องการ โดยผ่านกระบวนการการแลกเปลี่ยนและการตลาด ในทางการจัดการหมายถึง กระบวนการวางแผนและการปฏิบัติโดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่ายสินค้า และบริการเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนที่สามารถสนองความต้องการของบุคคลและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร แนวคิดในการดำเนินการทางการตลาด ประกอบด้วย 6 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดการผลิต (The Production Concept) เป็นแนวคิดเก่าที่ยึดถือว่าผู้บริโภคนิยมสินค้าที่หาซื้อได้แพร่หลายและราคาถูก จึงเน้นการผลิตจำนวนมาก มีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำและการกระจายสินค้าได้ทั่วถึง

2. แนวคิดผลิตภัณฑ์ (The Product Concept) ยึดถือว่าผู้บริโภคชอบสินค้าที่มีคุณภาพที่ดีที่สุด มีสมรรถนะการใช้งานที่ดีเยี่ยม หรือมีนวัตกรรมที่ทันสมัย องค์กรที่ใช้แนวคิดนี้จะมุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าคู่แข่งและปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา

3. แนวคิดการขาย (The selling Concept) ยึดถือว่าลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคหรือลูกค้าที่เป็นองค์กร ต้องใช้วิธีการขายเชิงรุก และใช้การส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นลูกค้าให้เกิดการซื้อ

4. แนวคิดการตลาด (The Marketing Concept) เน้นที่การตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าไม่ใช่การหาลูกค้าให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์ แต่จะต้องสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลูกค้า แนวคิดนี้องค์กรจะต้องมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่งในการผลิตสินค้า ส่งมอบสินค้าและสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงคุณค่าที่ลูกค้าควรได้รับในแต่ละตลาด เป้าหมายของแนวคิดการตลาดยึดอยู่ปัจจัยหลัก 4 ประการ คือ ตลาดเป้าหมาย (Target Market) ความต้องการของลูกค้า (Customer Needs) การผสมผสานทางการตลาด (Integrated Marketing) และกำไรที่ได้จากความพอใจของลูกค้า (Profitability) แนวคิดการตลาดมุ่งจากภายนอกสู่ภายใน เริ่มต้นจากการกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนแล้วศึกษาความต้องการของลูกค้า ประสานกิจกรรมต่างๆที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าและทำการสนองความพึงพอใจให้กับลูกค้า

5. แนวคิดทางด้านลูกค้า (The Customer Concept) ใช้วิธีการแยกเสนอบริการและข่าวสารแก่ลูกค้าเป็นรายบุคคล เช่น คุณลักษณะทางจิตวิทยาตลอดจนความพึงพอใจที่มีต่อสื่อ และการจัดจำหน่าย โดยหวังให้ได้รับผลกำไรเพิ่มจากการได้ส่วนแบ่งที่มากขึ้นจากการใช้จ่ายของลูกค้าแต่ละราย โดยการสร้างความภักดีแก่ลูกค้า (Customer Loyalty) และให้ความสำคัญต่อคุณค่าตลอดชีพของลูกค้า

6. แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม (The Social Marketing Concept) เป็นกิจกรรมที่ทำให้องค์กรมีภาพลักษณ์ในสินค้าหรือบริการสู่ตลาด โดยการสร้างความสัมพันธ์กับ “สาเหตุหนึ่ง” หรือ “หลายสาเหตุ” เพื่อประโยชน์ร่วมกัน องค์กรที่นำแนวคิดการตลาดตามแนวคิดนี้เชื่อว่าจะทำให้องค์กรมีชื่อเสียง เพิ่มความภักดีต่อลูกค้าและเพิ่มยอดขายมากขึ้น

ตะวันพล เหล่าชัยเจริญ (2549) ได้ให้ความหมายของการตลาด (Marketing) คือกิจกรรมของธุรกิจกำหนดขึ้นเพื่อที่จะวางแผนการกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย คุณค่าผลิตภัณฑ์ การบริหารและความคิดไปยังตลาดเป้าหมาย เพื่อที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

พิมพ์ชญาน์ แจ่มใสศรี (2554) ได้กล่าวว่า การตลาดเป็นสิ่งสำคัญซึ่งองค์กรธุรกิจต้องคำนึงถึง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีการดำเนินการทางการตลาดโดยใช้ส่วนประสมทางการตลาด 4P's ในมุมมองของผู้ขายจะสะท้อนถึง 4C's ในมุมมองของผู้ซื้อ ดังนั้นธุรกิจขององค์กรจะประสบความสำเร็จได้ต้องเข้าถึงความต้องการของลูกค้าด้วยความประหยัด สะดวก การสื่อสารที่มีประสิทธิผลสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นการดึงดูดลูกค้าและสร้างความผูกพันที่มั่นคงกับลูกค้าไม่ให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้ากับคู่แข่งรายอื่น

สุธิดา เสถียรมาศ (2555) ได้กล่าวถึงด้านการตลาดว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจด้านการตลาดลำดับแรก คือการให้ความสำคัญกับโปรโมชั่นในการกระตุ้นยอดขายสินค้าหรือบริการ เพื่อความเป็นผู้นำในธุรกิจและให้ความสำคัญกับตราสินค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักและกลับมาซื้อสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง

D. Stokes (2007) ได้กล่าวว่า การตลาดของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นกระบวนการหนึ่ง ประกอบด้วย

1. การสร้างนวัตกรรม (Innovation) ได้แก่ การพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์หรือบริการ และวิธีการทางการตลาด (Increments/Adjustments to Products/Services and Market Approaches)

2. การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Identification of Target Market)

3. การกำหนดวิธีการทางการตลาด (Interactive Marketing Methods)

4. การรวมข่าวสารที่ไม่เป็นทางการ (Informal Information Getting)

Philip. Kotler (2003) ได้กล่าวถึง การจัดการด้านการตลาด (Marketing Management) ในโลกของเศรษฐกิจยุคใหม่ซึ่งอยู่บนฐานของระบบดิจิทัลและข้อมูลข่าวสารที่มากมาย ธุรกิจต้องเพิ่มขีดความสามารถในด้านการจัดการตลาด เช่น

1. เสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาด โดยการขายผ่านเว็บไซต์

2. การรวบรวมข้อมูลของลูกค้า และการจัดประเภทของลูกค้าออกเป็นกลุ่มเป้าหมายต่างๆ ตามรายได้และพฤติกรรมผู้บริโภค

3. เพื่อเพิ่มความสามารถในการบริการติดต่อสื่อสารภายในองค์กรโดยใช้คอมพิวเตอร์

4. สร้างระบบการสื่อสารระหว่างธุรกิจและลูกค้า โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

5. ธุรกิจสามารถที่จะเสนอและบริการลูกค้าเป็นรายคนได้ โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

6. ธุรกิจสามารถพัฒนาระบบบริหารจัดการ ระบบการขนส่ง ระบบสินค้าคงคลังได้อย่างรวดเร็วภายใต้ระบบคอมพิวเตอร์

การปฏิวัติของโลกดิจิทัลและการเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็วของข้อมูลข่าวสาร ในกระแสโลกาภิวัตน์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการจัดการเรื่องการตลาดจะต้องสามารถเปลี่ยนแปลงตามกลุ่มเป้าหมายและวิธีการที่ต่างกัน

ธนวรรณ แสงสุวรรณ คณะ (2547) การดำเนินการทางการตลาด ต้องมีเครื่องมือที่จะช่วยให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ในตลาดเป้าหมาย เครื่องมือทางการตลาดที่นิยมใช้ในปัจจุบัน คือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) เรียกว่า 4P's ของการตลาด แต่สำหรับธุรกิจที่มีการบริการร่วมด้วย อาจจำแนกเครื่องมือนี้ออกเป็น 7 กลุ่มใหญ่ๆ ที่เรียกว่า 7P's ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึงสิ่งใดๆ ที่ต้องการนำเสนอตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นหรือตอบสนองความต้องการ ผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย สินค้าที่เป็นรูปธรรม บริการ ประสิทธิภาพ เหตุการณ์ บุคคล สถานที่ ทรัพย์สิน องค์กร สารสนเทศและความคิด

2. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่ใช้ในการแลกเปลี่ยน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ราคาเป็นส่วนที่ทำให้เกิดรายรับ นอกจากนั้นราคายังใช้เป็นเครื่องมือในการที่บริษัทสื่อไปยัง

ตลาดถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ หรือตราสินค้า บริษัทต้องกำหนดราคาให้สัมพันธ์กับคุณค่าที่ให้กับลูกค้า ถ้าราคาผลิตภัณฑ์สูงกว่าคุณค่าที่ลูกค้าควรได้รับ บริษัทจะเสียโอกาสในการเก็บเกี่ยวกำไร

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า (Place) เป็นกระบวนการที่ทำให้สินค้าและบริการถือมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม ช่องทางการตลาด ประกอบด้วย ช่องทางการกระจายสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย และช่องทางการบริการ

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนสาธารณชนทั่วไป เพื่อสร้างการรับรู้และสร้างแรงจูงใจให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

5. คน หรือ บุคลากร (People) ธุรกิจบริการ คนเป็นทรัพยากรที่สำคัญมาก และเป็นปัจจัยทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นมา จึงต้องมีการฝึกอบรมและจูงใจให้พนักงานสามารถสร้างความแตกต่างในความพึงพอใจของลูกค้า มีการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทันที มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาได้ดี

6. สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Physical) เป็นการนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้ลูกค้าได้รับรู้ และเกิดความพึงพอใจในการเข้ามาใช้บริการ โดยตระหนักถึงคุณค่าที่ลูกค้าเป้าหมายต้องการ

7. กระบวนการ (Process) เป็นการจักระบบบริการให้มีคุณภาพ และการส่งมอบบริการให้มีความแตกต่าง มีกระบวนการที่สร้างความไว้วางใจ สะดวกและรวดเร็ว

บริษัทที่จะประสบความสำเร็จจะต้องเป็นบริษัทที่สามารถเข้าถึงความต้องการของลูกค้าด้วยความประหยัด สะดวก และมีการสื่อสารที่มีประสิทธิผล เพื่อส่งมอบคุณค่าสูงสุดให้กับลูกค้าและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งต้องอาศัยความสามารถ 5 ประการ คือ

1. ทำความเข้าใจคุณค่าเพื่อลูกค้า
2. สร้างคุณค่านั้นขึ้นมา
3. ส่งมอบคุณค่าเพื่อลูกค้า
4. ยึดถือปฏิบัติ
5. รักษาคุณค่านั้นไว้ให้ดียิ่งขึ้น

การดึงดูดลูกค้าและการรักษาลูกค้า เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่บริษัทต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากการสูญเสียลูกค้าที่ทำกำไร มีผลกระทบอย่างมากต่อกำไรขององค์กร และเมื่อเปรียบเทียบกับต้นทุนในการหาลูกค้าใหม่แล้ว จะสูงกว่าต้นทุนในการรักษาลูกค้าปัจจุบันถึง 5 เท่า ดังนั้นองค์กรจึงต้องมีแนวทางในการรักษาลูกค้า เช่น การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management) เพื่อสร้างความผูกพันที่มั่นคงให้กับลูกค้า ไม่ให้ลูกค้าเปลี่ยนใจไปซื้อสินค้ากับคู่แข่งรายอื่นๆ

ในยุคปัจจุบันการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางดิจิทัลได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก นักการตลาดจึงนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า สร้างปฏิสัมพันธ์ที่ตระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

วิเชียร วงศ์ณิชากุล คณะ (2550) ได้กล่าวถึง ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Mix) เป็นองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วย 6 P's โดยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ทุกปัจจัยมีความเชื่อมโยงกันและมีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินการตลาดออนไลน์ โดย 6 P's มีส่วนประกอบดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือสิ่งนำเสนอขายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สินค้าที่สามารถจับต้องได้ (Physical Goods) สินค้าดิจิทัล (Digital Goods) และธุรกิจบริการ (Services)

2. ราคา (Price) คือ สิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปของเงินตรา หรือเป็นมูลค่าที่ยอมรับได้ในการแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอ ซึ่งจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยในการตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ต้องคำนึงถึงราคาตลาดเป็นหลัก การคิดเผื่อราคาค่าขนส่งสินค้า ราคาถูกอาจจะขายไม่ได้เสมอไป เน้นเรื่องความสะดวกในการสั่งซื้อ และสินค้าที่มีราคาถูกเกินไป อาจขายแบบรวมหรือขายในปริมาณมากๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) คือกระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค โดยองค์ประกอบในการพิจารณาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบออนไลน์ ซึ่งมีเว็บไซต์เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ จึงควรพิจารณาปัจจัยต่างๆ ได้แก่ เว็บไซต์ ควรใช้งานง่ายและการเข้าเว็บไซต์หรือดาวน์โหลด ไม่ควรใช้เวลาาน ข้อมูลที่นำเสนอควรมีความชัดเจน น่าสนใจและต้องมีความปลอดภัยของข้อมูลด้วย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือการติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญเพื่อเตือนความจำ การกระจายข่าวสารหรือสร้างแรงจูงใจ เพื่อให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจซื้อ โดยการประชาสัมพันธ์นั้นต้องมีการเตรียมความพร้อมก่อน ได้แก่ ต้องมีข้อมูลต่างๆ พร้อมสมบูรณ์ สร้างจุดเด่นของเว็บไซต์ให้มีบรรยากาศความคึกคัก โดยลูกค้าที่เข้าร่วมกิจกรรม และพิจารณากลุ่มเป้าหมายและงบประมาณ ซึ่งการประชาสัมพันธ์มีหลายวิธี ได้แก่ การรู้จักและตระหนักถึงตัวสินค้าหรือบริการ เกิดความต้องการใช้และตัดสินใจซื้อ และซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่าง เช่น การโฆษณาด้วยแบนเนอร์ (ป้ายโฆษณา) โฆษณาผ่านอีเมล โฆษณาด้วยการเสียด่าใช้จ่ายกับเว็บไซต์อื่น โฆษณาด้วยระบบสมาชิกแนะนำสมาชิก โฆษณาด้วยการแลกเปลี่ยนกับเว็บไซต์อื่น โฆษณาบนเครื่องมือค้นหา (Search Engine) หรือ Web Directory เป็นต้น

5. การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) เป็นนโยบายที่ผู้ประกอบการหรือองค์กรต่างๆ ได้ประกาศให้สาธารณชนได้ทราบว่า ตนจะให้ความคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บไว้ในทางใดบ้าง

ผู้ประกอบการควรกำหนดนโยบาย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) เช่น ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ หมายเลขบัตรเครดิต เป็นต้น

6. การให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) เป็นลักษณะการบริการแบบโต้ตอบร่วมกัน (Interactive) ระหว่างผู้ประกอบการกับลูกค้าแบบเจาะจงบุคคล เรียกว่า การตลาดแบบหนึ่งต่อหนึ่ง (One to One Marketing) เพื่อนำเสนอสิ่งที่ตรงใจลูกค้าอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าและความประทับใจให้กับลูกค้า

จากแนวคิดที่เกี่ยวกับด้านการตลาดที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่าด้านการตลาด หมายถึง การมีสินค้าผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าเลือกหลากหลายประเภท การกำหนดราคาขายที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน มีการส่งเสริมการขายหรือการทำโปรโมชั่นอย่างสม่ำเสมอ การสร้างความแตกต่างของสินค้าผลิตภัณฑ์ การตรวจสอบคุณภาพของสินค้าก่อนทำการออกจำหน่าย การให้ความสำคัญตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่นๆ มีการวางแผนทางการตลาดและการจัดจำหน่าย และการเตรียมการจัดหาวัตถุดิบมีความเพียงพอและทันต่อความต้องการของลูกค้า

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ณัฐพันธ์ เชนนันท์ (2545) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหาร ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวกับงานบุคลากรหรือบุคคลที่ต้องปฏิบัติงานเกี่ยวกับบุคลากรขององค์กร ร่วมกันใช้ความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการสรรหา การคัดเลือก และบรรจุบุคคลที่มีคุณสมบัติที่เหมาะสมให้เข้าไปปฏิบัติงานในองค์กร พร้อมทั้งการพัฒนาให้บุคลากรมีศักยภาพที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน และมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่เหมาะสม

สมพงษ์ เกษมสิน (2536) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการวางนโยบาย ระเบียบ กรรณวิธีในการดำเนินการเกี่ยวกับบุคคลที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับตัวบุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์กร ให้ได้บุคคลที่เหมาะสมและบำรุงรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพให้มีปริมาณเพียงพอ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุสำเร็จตามเป้าหมาย

เพ็ญศรี วายวานนท์ (2537) กล่าวว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คืองานการจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับคนทำงานเกี่ยวกับการกำหนดและดำเนินนโยบายในด้านการวางแผนกำลังคน การจัดหา และการคัดเลือกคนทำงาน การพัฒนา การจ่ายค่าตอบแทน การสานสัมพันธ์ เพื่อบำรุงรักษากำลังคน และการฟื้นฟูสภาพการทำงานอย่างเป็นธรรม เพื่อความมุ่งหมายให้คนทำงานอยู่ดี และเป็นส่วนสำคัญในความสำเร็จขององค์กร

มารยาททิพย์ วงษ์สมบุรณ์ (2550) ได้กล่าวถึง บุคคล (People) หรือพนักงาน (Employees) หมายถึง การได้พนักงานที่มีคุณภาพจะต้องอาศัย การคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันและเหนือกว่าคู่แข่ง พนักงานต้องมี

ความสามารถในการแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้แก่บริษัท ต้องมีการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ หมายถึงความพยายามสร้างคุณภาพโดยรวมให้กับตัวลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้าน ความสะอาด ความรวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ องค์ประกอบของการตกแต่งภายใน ภายในนอกของ สถานที่ให้บริการ รวมถึงอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ในการสนับสนุนการให้บริการต่างๆ หรือ องค์ประกอบที่เกี่ยวกับพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้า เพราะฉะนั้น พนักงานจะต้องมีการใส่ชุดแบบ เดียวกัน ซึ่งก็จะแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของบริษัท หรือส่วนที่ลูกค้าไม่สามารถมองเห็นได้ หรือสามารถเข้าไปสัมผัสได้ เช่น ในกรณีที่ลูกค้าเข้ามารับประทานอาหารในร้าน ลูกค้าคงไม่สนใจว่า คราวนั้นเป็นเช่นไร ลูกค้าสนใจแต่บรรยากาศภายในร้าน พร้อมทั้งการบริการของพนักงาน ซึ่งลูกค้า สามารถมองเห็นได้ และสัมผัสได้ชัดเจน

นิธิพัฒน์ สุทธิธรรม (2552) ได้กล่าวถึง ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ว่า เป็นสิ่งที่ ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกท้องถิ่นในจังหวัดต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากงานการขาย ของร้านค้าปลีกเป็นงานทางด้านบริการลูกค้าเป็นหลัก แต่ในด้านการบริการจะเป็นสิ่งที่สามารถ สร้างความแตกต่าง และเป็นจุดขายให้แก่ร้านค้าปลีกได้ การบริการของร้านค้าในแต่ละกิจกรรมนั้น จะต้องอาศัยคนในการดูแล เพื่อให้การทำงานกลุ่มลุล่วงไปได้ด้วยดี ฉะนั้นร้านค้าจะต้องให้ ความสำคัญในด้านการพัฒนาคนทุกตำแหน่งงานและต้องให้ความสำคัญให้มากยิ่งขึ้นกับบุคลากรที่ จะต้องให้บริการลูกค้าโดยตรง การบริหารทรัพยากรมนุษย์จะต้องเริ่มจากการรับพนักงานเข้ามา ทำงานให้ถูกต้องเป็นลำดับเสียก่อน หากผู้ประกอบการสามารถคัดเลือกพนักงานที่เหมาะสมกับ ตำแหน่งงานได้แล้ว ก็จะเป็นจุดเริ่มต้นที่จะสามารถพัฒนาพนักงานเหล่านั้นให้มีจิตสำนึกทางการ บริการให้ดียิ่งขึ้นได้ ร้านค้าปลีกจะต้องมีการจัดโครงสร้างองค์กรให้กะทัดรัด จะต้องทำให้พนักงานทุก คนเข้าใจและรับรู้บทบาทหน้าที่ของตนเองรวมถึงรับทราบนโยบายที่จะต้องพึงปฏิบัติ และไม่พึง ปฏิบัติขององค์กรด้วย และสิ่งที่สำคัญที่ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสำคัญคือ การให้ค่าตอบแทนที่ เหมาะสมแก่พนักงาน และต้องมีกระบวนการการวัดผลที่มีประสิทธิภาพเพื่อเป็นการรักษาพนักงานที่ มีประสิทธิภาพให้อยู่กับองค์กรให้นานที่สุด

สุธิตา เสถียรมาศ (2555) ได้กล่าวถึง ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ว่าความคิดเห็นการให้ ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ลำดับแรกคือ ให้ความสำคัญกับการ ตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงานในด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ

พยอม วงศ์สารศรี (2536) สรุปความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ไว้ ดังนี้

1. ช่วยพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโต เพราะการจัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นสื่อกลางในการ ประสานงานกับแผนกต่างๆ เพื่อแสวงหาวิธีการให้ได้บุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้ามาทำงานใน องค์กร เมื่อองค์กรได้บุคคลที่มีคุณสมบัติดังกล่าว ย่อมทำให้องค์กรเจริญเติบโตและพัฒนาสูงขึ้น

2. ช่วยให้บุคคลที่ปฏิบัติงานในองค์กรมีขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานและมีความจงรักภักดีต่อองค์กรที่ตนปฏิบัติงาน

3. ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงแก่สังคมและประเทศชาติ ถ้าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพแล้วย่อมก่อให้เกิดความขัดแย้งระหว่างองค์กร

กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์

1. การวิเคราะห์งาน (Job Analysis) หมายถึง กระบวนการที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ทราบถึงเนื้อหาหลักของงาน คุณสมบัติของผู้มาปฏิบัติงาน และขอบเขตของงานนั้นๆ

2. การวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Planning) เป็นการคาดการณ์วางแผนจนกระทั่งกำหนดวิธีการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับงานบุคคล เช่น การวางแผนจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับปริมาณ ชนิด และตำแหน่งของงานในองค์กร

3. การสรรหาและการคัดเลือกบุคลากร (Recruitment and Selection) เป็นกระบวนการในการค้นหาบุคคลที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงาน การนำเอาข้อมูลจากการวิเคราะห์งานที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ ความรับผิดชอบ คุณสมบัติเฉพาะตำแหน่งของผู้ปฏิบัติงานมาเป็นเกณฑ์ในการสรรหาและคัดเลือกบุคคลเข้าทำงานในองค์กร

4. การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากร (Training and Development) เป็นกระบวนการเตรียมความพร้อมสำหรับการปฏิบัติงานทั้งในปัจจุบันและอนาคต เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ของบุคลากร อาจล้าสมัย จึงจำเป็นต้องมีการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Evaluation) เป็นกระบวนการในการควบคุมทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้ปฏิบัติงานตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ นอกจากนี้ยังทำการประเมินผลงาน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการให้ผลตอบแทนแก่บุคลากร

6. การกำหนดค่าตอบแทน (Compensation) และการให้สวัสดิการในการทำงาน ค่าตอบแทน คือ การให้ผลประโยชน์ในรูปแบบต่างๆ แก่พนักงานหรือบุคลากร เช่น เงินเดือน เงินค่าจ้าง เงินชดเชย เป็นต้น เพื่อเป็นการตอบแทนการทำงานและเพื่อจูงใจให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ การกำหนดค่าตอบแทนขึ้นอยู่กับประเมินผลงาน และประเภทของงาน ส่วนสวัสดิการในการทำงาน เป็นสิ่งที่องค์กรจัดให้แก่บุคลากรนอกเหนือจากค่าจ้างตามผลการทำงาน เพื่อให้บุคลากรมีขวัญกำลังใจในการทำงาน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถ โดยสวัสดิการที่นิยมให้กับบุคลากร ได้แก่ ค่ารักษาพยาบาล มีรถรับ – ส่ง มีที่พักอาศัย เงินโบนัสประจำปี วันลาป่วย ลากิจ สโมสรกีฬาและกิจกรรมสันทนาการต่างๆ เป็นต้น

จากการศึกษาแนวคิดการบริการทรัพยากรมนุษย์ สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในเรื่องของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เช่น การสรรหาหรือคัดเลือกบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมให้เข้าไปปฏิบัติงานในองค์กร มีการพัฒนาทักษะองค์ความรู้ และพัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานที่เหมาะสม จะทำให้องค์กรมีการเจริญเติบโตและพัฒนาไปในอนาคตได้ดียิ่งขึ้น

ด้านการบริหารการเงิน

สุพาดา สิริกุตตา (2546) กล่าวว่า การจัดการการเงิน (Financial Management) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร การบัญชี หมายถึง กระบวนการในการปฏิบัติงานด้านเอกสาร สมุดบัญชีและทะเบียนต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงไปสู่กิจการต่างๆ ขององค์กรและกิจการเหล่านี้มักจะเกี่ยวข้องกับตัวเลขทางการเงินขององค์กร ผู้ทำบัญชี มีหน้าที่จัดทำบัญชี โดยมีขั้นตอนการปฏิบัติงานดังนี้

1. การรวบรวม (Collecting) หมายถึง การจดบันทึกรายการค้าที่เกิดขึ้นประจำวัน และหลักฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ
2. การบันทึก (Recording) หมายถึง การจดบันทึกรายการค้าที่เกิดขึ้นแต่ละครั้งให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป พร้อมกับบันทึกข้อมูลให้อยู่ในรูปของหน่วยเงินตรา
3. การจำแนก (Classifying) หมายถึง การนำข้อมูลที่ได้จำแนกให้เป็นหมวดหมู่ของประเภทบัญชีต่างๆ เช่น หมวดทรัพย์สิน หนี้สิน ส่วนของเจ้าของ เป็นต้น
4. การสรุปข้อมูล (Summarizing) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จำแนกให้เป็นหมวดหมู่มาแล้ว นำมาสรุปเป็นรายงานทางการเงิน แสดงถึงผลการดำเนินงานและฐานะทางการเงินของธุรกิจตลอดจนการได้มาและใช้ไปของเงินสดในรอบระยะเวลาบัญชีหนึ่ง

ประเภทของบัญชี ได้แก่

1. การบัญชีการเงิน (Financial Accounting) เป็นการนำข้อมูลทางการเงินมาจัดทำรายงานทางการเงินหรืองบการเงิน (Financial Statement) โดยจัดทำให้ถูกต้องตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป งบการเงินแสดงถึงฐานะทางการเงิน ณ วันใดวันหนึ่ง และผลการดำเนินงานสำหรับช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง ตลอดจนแสดงถึงการได้มาและการใช้ไปของเงินสด ณ วันใดวันหนึ่งด้วย งบการเงินที่จัดทำขึ้นนี้จะนำเสนอต่อบุคลากรภายนอกองค์กร และผู้บริหาร

2. การบัญชีบริหาร (Management Accounting) เป็นการนำเทคนิคทางการบัญชีและการรวบรวมข้อมูลจากรายงานทางการเงินและข้อมูลจากฝ่ายต่างๆ โดยนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ในการวัดการวิเคราะห์ และการอธิบายผลข้อมูล เพื่อใช้ในการบริหาร การวางแผน การควบคุมและการตัดสินใจ ตลอดจนการจัดทำงบประมาณ การกำหนดต้นทุนมาตรฐาน การตัดสินใจระยะสั้น และการ

วิเคราะห์โครงการลงทุน โดยข้อมูลที่รวบรวมและรายงานต่อฝ่ายบริหารต้องมีความถูกต้องตรงตามความต้องการ และทันต่อเวลา เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

3. การบัญชีต้นทุน (Accounting) หมายถึง การบัญชีที่เกี่ยวกับกระบวนการวัด การจดบันทึก การจำแนก การแบ่งสิ้นปันส่วน การสรุปและการรายงานข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กับผู้บริหาร จุดประสงค์ของระบบการบัญชีต้นทุน เพื่อคำนวณหาต้นทุนรวมและต้นทุนต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยระบบการบัญชีต้นทุนมี 2 ระบบ

3.1 ระบบบัญชีต้นทุนงานสั่งทำ (Job Order Cost Accounting System) เป็นระบบบัญชีที่ใช้ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนการผลิตของงานที่สั่งทำ จะดำเนินการผลิตก็ต่อเมื่อได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้าและจะบันทึกต้นทุนแยกตามงานที่สั่งทำแต่ละงาน เพื่อช่วยให้ผู้บริหารตัดสินใจเกี่ยวกับการตั้งราคาขาย และใช้ควบคุมการปฏิบัติงานได้

3.2 ระบบบัญชีต้นทุนช่วง (Process Cost Accounting System) เป็นระบบบัญชีต้นทุนที่สะสมข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนของแผนกต่างๆ หรือกระบวนการต่างๆ ในการผลิต เพื่อใช้สำหรับรวบรวมต้นทุนการผลิตสินค้าหรือบริการที่มีลักษณะเป็นช่วงๆ ตามงวดเวลาที่กำหนด

พิบูล ทีปะปาล (2546) กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ก็ตาม จำเป็นต้องมีระบบบัญชีที่ถูกต้อง หากมีการวางแผนระบบบัญชีที่ดี จะช่วยให้ได้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในด้านฐานะทางการเงินของบริษัทกับหุ้นส่วนหรือผู้สนใจต้องการลงทุนกับบริษัททราบ ดังนั้นผู้บริหารจะต้องกำหนดกลยุทธ์ทางการบริหารการเงิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดให้กับองค์กร ซึ่งผู้บริหารจะต้องทำการตัดสินใจด้านการเงิน ดังนี้

1. การตัดสินใจเกี่ยวกับการลงทุน (Investment Decision) หรือการจัดงบประมาณการลงทุน (Capital Budgeting) คือการจัดสรรเงินทุน และทรัพยากรต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในโครงการต่างๆ รวมทั้งผลิตภัณฑ์ สินทรัพย์ และใช้ในแผนกต่างๆ ขององค์กร การตัดสินใจกำหนดงบประมาณการลงทุนที่เหมาะสม เพื่อนำมาใช้ในการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นเพื่อให้เกิดผลสำเร็จ

2. การตัดสินใจด้านการจัดหาเงินทุน (Financing Decision) เป็นการพิจารณากำหนดโครงสร้างของเงินทุน (Capital Structure) บริษัทให้ดีที่สุด โดยการใช่วิธีการต่างๆ เพื่อให้ได้เงินทุนมาใช้ในการดำเนินงาน เช่น การออกหุ้น การขายสินทรัพย์ เป็นต้น การตัดสินใจด้านการจัดหาเงินทุนจำเป็นต้องพิจารณาถึงความต้องการของเงินทุนหมุนเวียน (Working Capital) ทั้งระยะสั้นและระยะยาว และต้องพิจารณาว่าควรจัดหาจากแหล่งเงินภายในและภายนอก หรือจากทั้งสองแหล่งในอัตราส่วนเท่าใด จึงเหมาะสม

3. การตัดสินใจเกี่ยวกับการจ่ายเงินปันผล (Dividend Decision) ผู้ถือหุ้น บางครั้งบริษัทจะไม่จ่ายเงินปันผลแต่จะนำเงินปันผลมาใช้ประโยชน์เป็นต้นทุน เพื่อขยายการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว หากบริษัทดำเนินงานประสบผลสำเร็จมีกำไรและยอดขายเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ราคาหุ้นสูงขึ้นด้วย

สุพิชพร ติดสุข (2550) ได้กล่าวถึงด้านการบริหารการเงินและบัญชี มีปัญหา 5 ข้อ ดังนี้

1. การวางแผนการเงิน กลุ่มไม่มีการวางแผนการเงินที่ชัดเจน
2. แหล่งเงินทุนและเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มได้มาจากการกู้ยืมกองทุนหมู่บ้านและงบประมาณสนับสนุนจากองค์กรบริหารส่วนตำบลเมืองพาน ตลอดจนได้มาจากการลงหุ้นของสมาชิกหุ้นละ 50 บาท โดยการให้สมาชิกได้กู้ยืมเพื่อเป็นทุนในการผลิต ซึ่งยังไม่เพียงพอ การจัดทำบัญชีมีเพียงการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ซึ่งเป็นการรับเงินสนับสนุนและจ่ายเงินให้สมาชิกกู้ยืมไม่มีการบันทึกตามหลักบัญชีที่ถูกต้อง เนื่องจากไม่มีคนทำและสมาชิกเองไม่มีความรู้ในเรื่องการเงินและบัญชี
3. การจัดทำงบประมาณ มีการจัดทำงบประมาณระยะสั้นสำหรับการผลิตแต่ละชุด โดยงบประมาณที่จัดทำขึ้นนั้น จะมีการจำแนกรายการออกเป็นค่าใช้จ่ายแต่ละด้าน เช่น สีย้อมผ้าด้วยฟางสำหรับมัดหมี่ โดยไม่คิดค่าแรงงานและค่าใช้จ่ายทางอ้อมในการผลิต
4. การจัดสรรรายได้และผลประโยชน์ในส่วนของเงินหุ้นของสมาชิกมีการจัดสรรรายได้ดอกเบี้ยเงินให้กู้ยืมแก่สมาชิกตามจำนวนหุ้นที่ลง ส่วนรายได้จากการผลิต ต่างคนต่างผลิตผลตอบแทนที่ได้ตามปริมาณการผลิตซึ่งทุกคนมีความพึงพอใจ
5. ปัญหาและอุปสรรคด้านการเงินและบัญชีที่สำคัญคือการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน ตลอดจนการขาดความรู้ในด้านการจัดทำบัญชี ทำให้ไม่รู้รายได้ที่ชัดเจน ข้อเสนอแนะด้านการเงินควรมีการระดมทุนจากสมาชิกหรือชุมชนเพิ่มเติมและส่วนราชการควรจัดหาแหล่งเงินทุนให้กู้ยืมเพิ่มเติมเพื่อช่วยเหลือสมาชิกที่ขาดแคลนเงินทุนต่อไป

นิธิพัฒน์ สุทธิธรรม (2552) ได้กล่าวถึง เงินทุนหมุนเวียนเรื่องสภาพคล่องทางการเงิน ไม่สามารถชำระค่าสินค้าจากซัพพลายเออร์ได้ตรงเวลาที่กำหนด ทำให้ไม่ได้รับความเชื่อถือจากซัพพลายเออร์ และผลที่ตามมาคือการไม่มีสินค้าในร้าน ไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือทางด้านราคาและการส่งเสริมการขายจากซัพพลายเออร์เท่าที่ควร การมีปัญหาสภาพคล่องทางการเงินของร้านค้าอาจมีสาเหตุจากการไม่ได้บริหารและควบคุมสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ บางครั้งผู้ประกอบการเห็นแก่ผลประโยชน์เฉพาะหน้า โดยการสั่งซื้อสินค้าที่มีรายการส่งเสริมการขายที่พิเศษ หรือมีต้นทุนที่ถูกเข้ามาเก็บไว้ในคลังสินค้าในสัดส่วนที่ไม่สมดุลกับอัตราการขายสินค้าออกไปสู่ลูกค้า ฉะนั้นค่าสินค้าที่ชำระให้แก่ซัพพลายเออร์แล้ว แต่ยังไม่สามารถขายสินค้าได้นั้นจะก่อให้เกิดปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงิน สาเหตุของปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินอีกประการหนึ่งคือ การที่ผู้ประกอบการไม่สนใจในธุรกิจที่ดำเนินการอยู่อย่างเต็มที่ เนื่องจากประกอบธุรกิจหลายประเภท แต่ใช้เงินลงทุนเดียวกันในธุรกิจหลายประเภท ทำให้เมื่อธุรกิจใดประสบปัญหา จะส่งผลให้ธุรกิจอื่นประสบปัญหาไปด้วย

พิมพ์ชญาน์ แจ่มใสศรี (2554) ได้กล่าวว่า การดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ก็ตาม จำเป็นต้องมีระบบการเงินและบัญชีที่ถูกต้อง มีการวางแผนระบบบัญชีที่ดี เพื่อสร้างความ

มั่นใจในฐานะทางการเงินของบริษัทกับหุ้นส่วนหรือผู้ที่สนใจต้องการลงทุนกับบริษัท ดังนั้นผู้บริหารการเงินและบัญชีต้องมีการวางแผนทำอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เป็นข้อมูลในการวางแผนการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

สุธิดา เสถียรมาศ (2555) ได้กล่าวถึง ด้านการเงิน ความคิดเห็นเกี่ยวกับการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจด้านการเงินลำดับแรกคือ มีความสามารถทางด้านการเงินสอดคล้องและเหมาะสมกับการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรและมีความสามารถในการหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนเงินต่ำเฉลี่ยต่ำกว่าอุตสาหกรรม

จากหลักแนวคิดที่เกี่ยวกับด้านการเงินที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การจัดการด้านการเงิน หมายถึง ผู้ประกอบการจะต้องจัดทำบัญชีการเงินในด้านการจัดทำงบประมาณ ราบรับ - รายจ่าย ประจำปี การทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส การทบทวนบัญชีการเงิน เพื่อนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจ การบริหารกระแสเงินสด เพื่อให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่องทางการเงิน รวมไปถึงการจัดการจัดหาแหล่งเงินทุน การวางแผนการเงินก่อนการลงทุนทำธุรกิจ การควบคุมงบประมาณ มีการใช้เงินทุนได้อย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์ และการวิเคราะห์ ประเมินสถานะทางการเงิน เพื่อที่ผู้ประกอบการจะสามารถรับมือกับปัญหาทางด้านการเงินของธุรกิจได้

แนวความคิดด้านประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีถูกนำมาใช้ในการกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด (Segment) และกลุ่มเป้าหมาย (Target) นอกจากนี้การแบ่งส่วนทางการตลาดด้วยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ นั้นเป็นเกณฑ์ที่นิยมในการแบ่งส่วนตลาดและง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นด้วยลักษณะที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรนั้นเป็นตัวแปรที่เข้าถึงและสามารถกำหนดตลาดเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่ลักษณะทางด้านจิตวิทยาและสังคมวัฒนธรรมนั้น ช่วยในการอธิบายถึงความคิดและความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น ตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ มีดังนี้

1. อายุ (Age) เนื่องจากผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน จะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน โดยนักการตลาดสามารถใช้ตัวแปรด้านอายุในการแบ่งส่วนการตลาดได้

2. เพศ (Sex) เป็นตัวแปรในการแบ่งส่วนการตลาดเช่นกัน ในปัจจุบันตัวแปรด้านเพศ มีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภค เนื่องจากพฤติกรรมของตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคไปจากเมื่อก่อน สาเหตุมาจากการที่เพศหญิงที่ออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น อาจส่งผล

ให้เพศหญิงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ควรพิจารณา เนื่องจากเพศหญิงจะเป็นผู้ตัดสินใจในการซื้อและมีอำนาจซื้อมากกว่าเพศชาย

3. ลักษณะครอบครัว (Marital status) นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าหนึ่งว่าผู้ใดเป็นผู้ตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงได้อย่างเหมาะสม

4. รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ (Income Education Occupation) โดยทั่วไปนักการตลาดจะให้ความสนใจกับผู้บริโภคที่มีฐานะร่ำรวย เนื่องจากคาดว่าจะมีอำนาจการซื้อสูง แต่อย่างไรก็ตาม ครอบครัวที่มีรายได้ปานกลางถึงต่ำ ก็เป็นกลุ่มตลาดที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งการใช้เกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียวในการแบ่งส่วนตลาดนั้น จะยึดถือว่ารายได้เป็นตัวชี้วัดความสามารถในการจ่ายสินค้า ในขณะที่แท้จริงแล้วการเลือกซื้อสินค้านั้น อาจจะได้รับจากเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ หรือระดับการศึกษา ทั้งนี้ เพื่อกำหนดตลาดเป้าหมายได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยนักการตลาดส่วนใหญ่มักใช้เกณฑ์รายได้ควบคู่ไปกับเกณฑ์ประชากรศาสตร์ เช่น กลุ่มที่มีรายได้สูงอาจจะเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพ โดยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล โดยบุคคลที่มีการศึกษาน้อย อาจจะมีโอกาสหางานในระดับสูงยาก จึงทำให้มีรายได้ที่ต่ำ (ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร, 2558)

แนวความคิดปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ

โกศล มารมย์ เบญจพร ลัทธิตเดช (2547) ได้กล่าวถึง ปัจจัยพื้นฐานในการประกอบธุรกิจทุกประเภท สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ปัจจัยในการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ทุน ที่ดิน แรงงาน และผู้ประกอบการ

1. ทุน คือเงินทุนและเครดิตที่ได้จากสถาบันการเงินและผู้ถือหุ้นเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและจำเป็นยิ่งในการประกอบธุรกิจให้ดำเนินได้อย่างราบรื่น เพื่อให้เกิดผลกำไรแก่ผู้ประกอบการมากที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งทุนออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ทุนถาวรหรือทุนคงที่ คือ ทุนที่อยู่ในรูปทรัพย์สินถาวร ซึ่งสามารถเพิ่มทุนได้ยาก เนื่องจากต้องใช้ระยะเวลาานพอสมควร เช่น ที่ดิน อาคาร เครื่องจักร อุปกรณ์ สัมปทาน เป็นต้น

1.2 เงินทุนหมุนเวียน คือ เงินที่นำมาลงทุนและใช้หมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ เช่น ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าเช่า ค่าขนส่ง ค่าประปา ค่าไฟฟ้า ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น

2. ที่ดิน หมายถึง สถานที่ซึ่งใช้ในการประกอบธุรกิจ อาจเป็นอาคาร สำนักงาน พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งอาจเป็นที่ดินของตนเองหรือการเช่า ในการเลือกทำเลที่ตั้งต้องดูองค์ประกอบหลายประการ ในกรณีเป็นธุรกิจด้านการผลิต สถานประกอบการควรอยู่ใกล้กับแหล่ง

วัตถุดิบ มีการขนส่งที่สะดวก เพื่อเป็นการลดต้นทุนการผลิต หรือธุรกิจด้านการบริการ ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ ควรเป็นสถานที่ที่ผู้รับบริการสามารถติดต่อและมีการคมนาคมได้สะดวก

3. แรงงาน เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้การผลิตเกิดขึ้น เพราะการดำเนินธุรกิจในการผลิต การบริการ และการจำหน่าย จำเป็นต้องใช้ผู้ที่มีความรู้ความสามารถและมีความเชี่ยวชาญในแต่ละด้าน ซึ่งแรงงานที่ใช้ในการประกอบธุรกิจแบ่งออกเป็นหลายระดับ เช่น แรงงานฝีมือ แรงงานกึ่งฝีมือ แรงงานไร้ฝีมือ ช่างเทคนิค วิศวกร นักบัญชี นักกฎหมาย พนักงานขาย เป็นต้น แรงงานเหล่านี้ต้องคัดเลือกผู้ที่มีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับธุรกิจที่ดำเนินอยู่

4. ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่มีหน้าที่นำปัจจัยทั้ง 3 ชนิดดังกล่าวข้างต้น มาบริหารงานตามกระบวนการและวิธีการต่างๆ เช่น การวางแผนการผลิต การสั่งการ การประเมินผล ฯลฯ วิธีดังกล่าวเรียกว่า “การประกอบการ” ส่วนกิจการของธุรกิจจะได้กำไรหรือขาดทุนนั้นอยู่ที่ผู้ประกอบการเป็นสำคัญ

สมคิด บางโม (2545) ได้กล่าวว่า ปัจจัยพื้นฐานของการประกอบกิจการต่างๆ จำเป็นต้องมีทรัพยากรอันเป็นปัจจัยพื้นฐานการจัดการ โดยทั่วไปถือว่าเป็นทรัพยากรที่เป็นปัจจัยที่สำคัญของการจัดการมีอยู่ 4 ประการ รู้จักกันในนามของ 4M ได้แก่

1. คน เป็นผู้ปฏิบัติกิจกรรมขององค์กรนั้นๆ
2. เงิน ใช้สำหรับเป็นค่าจ้าง ซื้อวัสดุ สิ่งของต่างๆ
3. วัสดุสิ่งของ คือวัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ รวมทั้งอาคารสถานที่ด้วย
4. การจัดการ คือความรู้เกี่ยวกับการจัดการ

ปัจจัยพื้นฐานในการประกอบกิจการทั้ง 4 ประการนี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการจัดการ เพราะประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการจัดการขึ้นอยู่กับความสมบูรณ์ และคุณภาพของปัจจัยดังกล่าว

อรรถวุฒิ เอ๋าเจริญ (2548) ได้รูปไว้ว่า ในการประกอบธุรกิจทุกประเภท ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่เกี่ยวข้องทั้งการผลิต การจัดจำหน่าย และการให้บริการ เพราะในการบริหารธุรกิจทุกประเภทจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยพื้นฐานอันประกอบด้วย กำลังคน เงินทุน วัตถุดิบ เครื่องจักร การตลาดและการจัดการ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กร

นอกจากปัจจัยพื้นฐานในการผลิตสินค้าหรือบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการประกอบธุรกิจแล้ว ผู้ประกอบการยังต้องนำหลักการประกอบการมาใช้ในการบริหารและจัดการกิจการเมื่อธุรกิจได้ประสบผลสำเร็จรวดเร็วขึ้น

ผ้าย้อมคราม

ประวัติความเป็นมาของผ้าย้อมคราม สรุปได้ดังนี้ (อนุรัตน์ สายทอง, 2545)

ประวัติผ้าย้อมครามในโลก

สีครามเป็นสีย้อมธรรมชาติที่เก่าแก่มาก พบหลักฐานในหลุมฝังศพคนจีนที่มีอายุประมาณ 6,000 ปี มีกล่าวถึงในคัมภีร์พระเวทซึ่งมีอายุประมาณ 4,000 ปี ประชากรที่อาศัยในเขตร้อนของโลก เช่น อเมริกากลาง แอฟริกา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมทั้ง จีน ญี่ปุ่น และเกาหลี ล้วนเคยทำสีครามจากต้นไม้มชนิดต่างๆ ตามภูมิภาคนั้นๆ การทำสีครามโดยมีกระบวนการทำสีและการย้อมสีครามคล้ายคลึงกัน

ประวัติผ้าย้อมครามในประเทศไทย

ในประเทศไทยไม่ปรากฏหลักฐานเรื่องอายุของการทำสีคราม แต่หลักฐานด้านวัฒนธรรมเครื่องนุ่งห่มของชาวที่ราบสูงไม่ว่าจะเป็นภาคเหนือหรือภาคอีสานล้วนแต่นุ่งห่มด้วยสีกรมท่าเป็นหลัก อาจแตกต่างกันรายละเอียดอื่น ๆ นอกจากนี้ผ้าย้อมครามยังอยู่ในความทรงจำของคนวัยทำงานที่เติบโตในชนบทแทบทุกคน นั่นแสดงว่าผ้าย้อมครามเกิดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ แต่เพราะขาดการจัดระเบียบของข้อมูล ขาดการจัดเก็บ จึงไม่สามารถบอกอายุได้

ประวัติผ้าย้อมครามในจังหวัดสกลนคร

คราม เป็นพืชตระกูลถั่วชนิดหนึ่งที่มีความสำคัญต่อจังหวัดสกลนครเป็นอย่างมาก เนื่องจากประชากรในจังหวัดสกลนครประกอบด้วยเผ่าต่างๆ ได้แก่ ไทญ้อ ไทโย่ ภูไท ไทกะเลิง ไทโซ่ ไทข่า และไทลาว ซึ่งมีวัฒนธรรมด้านเครื่องนุ่งห่ม โดยใช้สีดำหรือสีน้ำเงินเป็นสีพื้น สีที่ใช้ย้อมส่วนใหญ่เป็นสีคราม เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ตกทอดกันรุ่นต่อรุ่น เดิมทีปลูกฝ้ายปลูกครามที่บ้านหรือตามหัวไร่ปลายนาแบบพอใช้ในแต่ละครั้ง ชาวสกลนครย้อมครามเพื่อใช้ในครัวเรือน หรือย้อมไว้ในงานพิธีต่างๆ เท่านั้น ไม่ได้ทำเป็นเชิงพาณิชย์เหมือนปัจจุบัน แต่เมื่อคนในท้องถิ่นเริ่มเห็นคุณค่า จึงเกิดการรวมตัวเป็นกลุ่มทอผ้าย้อมครามต่างๆ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามบ้านคำข่า ซึ่งรวมตัวกันมานานกว่า 20 ปี เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัตถุดิบพื้นถิ่นอย่างฝ้าย และครามมาสร้างมูลค่าเพิ่ม และเป็นแหล่งสร้างงานสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้กับชุมชนอย่างมั่นคง มรดกทางภูมิปัญญาชาวภูไทก่อเกิดงานหัตถศิลป์อันเปี่ยมคุณค่า และเพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชน ตลอดจนยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชน กรมทรัพย์สินทางปัญญา จึงได้ขึ้นทะเบียนผ้าย้อมครามธรรมชาติเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (GI) ให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียน

ปัจจุบันมีการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้านเหล่านี้ให้สอดคล้องกับรูปแบบชีวิตของคนปัจจุบันที่อาศัยงานดีไซน์เข้ามาช่วยให้ผ้าครามมีความทันสมัย พร้อมด้วยคอลเล็กชั่นเก๋ไก๋เช่น ชุดออกเดินทาง ทั้งชุดสวมใส่บนเครื่องบิน กระเป๋า ผ้าคลุมไหล่และผ้าพันคอ เป็นต้น เมื่อสินค้าครามเป็นที่ต้องการทางการตลาด คนในชุมชนก็จะเริ่มหันมารักและภูมิใจในบ้านเกิด ดังเช่นตอนเย็นทุกวันเสาร์อาทิตย์ ถนนถนนเรื่องสวัสดิ์ วัดพระธาตุเชิงชุมวรวิหาร อำเภอเมืองของสกลนคร ต่างเต็มไปด้วยร้านผ้าครามมากมายยาวไกลราว 1 กิโลเมตร ขึ้นชื่อว่า เป็นถนนสายผ้าครามที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ก่อเกิดการสร้างรายได้ตั้งแต่สามวันแรกที่เปิดด้วยมูลค่าถึงสามล้านบาท เรียกร้องให้นักเดินทางมาพิสูจน์ถึงอารมณ์ทรงคุณค่าของคนไทย

ผู้ประกอบการผ้าครามในเขตจังหวัดสกลนคร

ผู้ประกอบการผ้าครามในเขตจังหวัดสกลนคร แยกเป็นแต่ละอำเภอ ดังตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการผ้าครามในเขตจังหวัดสกลนคร

อำเภอ	จำนวนผู้ประกอบการ
อำเภอเมืองสกลนคร	42
อำเภอกุสุมาลย์	3
อำเภอกุดบาก	5
อำเภอพรรณานิคม	14
อำเภอวาริชภูมิ	1
อำเภอส่องดาว	3
อำเภอสว่างแดนดิน	5
อำเภอวานรนิวาส	17
อำเภออากาศอำนวย	44
อำเภอบ้านม่วง	1
อำเภอพังโคน	1
อำเภอคำตากล้า	-
อำเภอนิคมน้ำอูน	-
อำเภอเต่างอย	1
อำเภอโคกศรีสุพรรณ	-

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนผู้ประกอบการค้าข้ามกรรมในเขตจังหวัดสกลนคร (ต่อ)

อำเภอ	จำนวนผู้ประกอบการ
อำเภอเจริญศิลป์	1
อำเภอโพนนาแก้ว	3
อำเภอภูพาน	3
รวม	144

ที่มา : สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร (2562)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนคำถามการวิจัยและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงได้ทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไว้ ดังนี้

จตุพร นิลอรุณ (2559) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าช่องสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์” ผลการวิจัยพบว่า ระดับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าช่องสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ ผู้ประกอบการมีการปฏิบัติโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านบุคคล รองลงมาคือ ด้านการเงิน ด้านความสำเร็จ ด้านการตลาด และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านการบริหารจัดการ การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าช่องสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา เงินทุน และประสบการณ์ในการทำธุรกิจโดยรวม มีระดับการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านบุคคล มีระดับการปฏิบัติแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนด้านอื่นๆ มีการปฏิบัติไม่แตกต่างกัน ข้อเสนอแนะเรียงจากจำนวนมากที่สุดสามอันดับแรก ได้แก่ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ข้อเสนอแนะในเรื่องของภาครัฐและภาคเอกชนควรให้การสนับสนุนการค้าช่องสายตะกู อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อความยั่งยืนของตลาด รองลงมาคือ ควรมีการจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการ ควรมีสถาบันทางการเงินเพื่อแลกเปลี่ยนอัตราเงินตราระหว่างประเทศ และตู้ ATM ในตลาดเพื่อรองรับลูกค้าที่ซื้อสินค้า ตามลำดับ

ชินโสณ วิสิฐนิจิภา คณະ (2559) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจรถจักรยานในประเทศไทย” ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่จัดตั้งเป็นบริษัทจำกัดจำนวน 48 ราย (56.5%) ซึ่งก่อตั้งระหว่าง 6-10 ปี จำนวน 29 ราย (34.1%) มีพนักงาน 51-100 คน จำนวน 31 ราย (36.5%) ทุนจดทะเบียน 1-5 ล้านบาทจำนวน 55 ราย (64.7%) รายได้ต่อปีน้อยกว่า 100 ล้านบาท จำนวน 65 ราย (76.5%) เงินทุนที่ใช้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่มาจากเงินสะสมในครอบครัว ปัจจัยที่มีผลต่อการประกอบธุรกิจรถจักรยานในประเทศไทย ปัจจัยด้านการตลาดมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นการบริการ ด้านการจัดการ ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านการเงินตามลำดับ ภาพรวมปัจจัยความสำเร็จอยู่ในระดับปานกลาง จากสมมติฐานพบว่าประเภทขององค์การที่แตกต่างกันส่งผลต่อระดับความสำเร็จที่แตกต่างกัน

พิทักษ์ บุญทา (2558) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา” ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 57.7 เป็นเพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 42 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 38 เป็นธุรกิจ SMEs ในกลุ่มของค้าปลีก ร้อยละ 41 มีงบลงทุนในช่วง 1,000,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 76 และมีพนักงานจำนวน 1-10 คน ร้อยละ 69 ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา มีดังนี้ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($=3.57, S.D.=0.926$) โดยปัจจัยด้านการบริหารจัดการองค์กรที่มีค่าเฉลี่ยมากอันดับแรก ($=3.64$) ที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs อันดับสองคือ ปัจจัยด้านการตลาด ($=3.63$) อันดับสามคือ ปัจจัยด้านบุคลากร ($=3.57$) อันดับสี่คือ ปัจจัยด้านการพัฒนา ($=3.51$) และลำดับสุดท้ายคือ ปัจจัยด้านการควบคุม ($=3.50$)

ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์ (2556) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่” ผลการวิจัยพบว่า ทุกธุรกิจมีการวางแผนปฏิบัติตามแผน และทบทวน ปรับปรุงแผนงานอย่างสม่ำเสมอ มีการคัดเลือกสมาชิกเป็นคนที่และมีประสบการณ์ มีการถ่ายทอดความรู้แบบไม่เป็นทางการ มีการวางแผนการผลิต มีโรงงานผลิต จัดซื้อวัตถุดิบเป็นเงินสด และเงินเชื่อ ใช้แหล่งวัตถุดิบในท้องถิ่นและต่างถิ่น มีการตรวจสอบคุณภาพทุกชิ้นงาน ทุกธุรกิจมีการทำงานครบถ้วน กำไรขาดทุน งบกำไรสะสมและบัญชีครัวเรือน ลูกค้าหลัก คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ลูกค้ารอง คือ ผู้บริโภคในพื้นที่ใช้เกณฑ์ราคาบวกเพิ่มจากต้นทุน มีช่องทางการจำหน่ายตั้งแต่ 1-10 ช่องทาง และทุกธุรกิจใช้การส่งเสริมการตลาดหลากหลายวิธีร่วมกัน

พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี (2554) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม” ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอยู่ในระดับมาก ในด้านลูกค้า แต่ด้านยอดขายและด้านผลกำไร อยู่ในระดับปานกลาง ในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ด้านความสามารถในการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ด้านความต้องการความสำเร็จและด้านความมีเหตุผลทางเศรษฐศาสตร์ในขณะที่ด้านความเชื่อในอำนาจในตน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านความคิดในเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจที่มีเพศ จำนวนเงินลงทุนเริ่มต้นธุรกิจ และจำนวนลูกจ้างในธุรกิจแตกต่างกันมีระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจทั้งในด้านภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน และเมื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจด้านผลกำไรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในทุกๆด้าน อันได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคคล และด้านการเงิน มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังนั้นผู้วิจัยสามารถสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

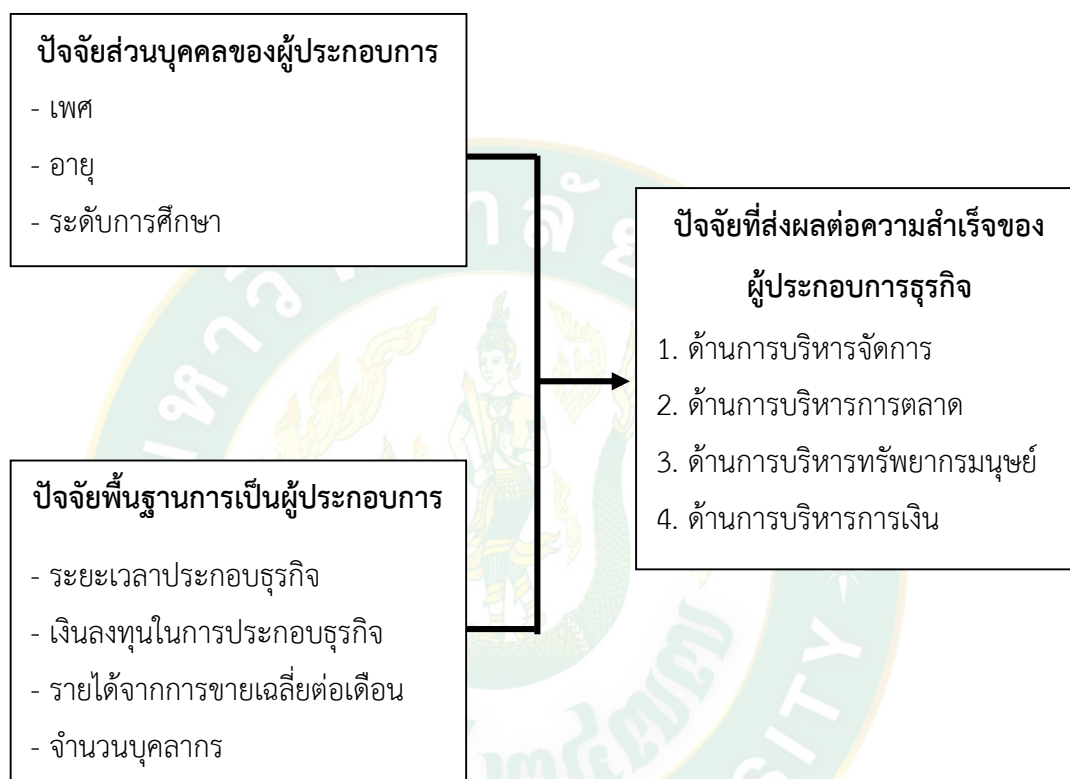
ชื่อเรื่อง	ผู้วิจัย	ทฤษฎี
ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าช่องสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ (2559)	จตุพร นิลอรุณ	แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ - ด้านการบริหารจัดการ - ด้านการตลาด - ด้านการเงิน - ด้านบุคคล - ด้านความสำเร็จ

ตารางที่ 4 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อเรื่อง	ผู้วิจัย	ทฤษฎี
ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ รถเข็นในประเทศไทย (2559)	ชินโสณ วิสิฐ นิติกิจาและ คณะ	1. ทฤษฎีด้านความสำเร็จของ องค์การ 2. ทฤษฎีด้านการจัดการ 3. ทฤษฎีคุณภาพการบริการ 4. ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการ ดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในเขต อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา (2558)	พิทักษ์ บุญทา	1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและ จัดการ 2. ทฤษฎีพื้นฐานในการสร้างความ พึงพอใจในการปฏิบัติงาน 3. แนวความคิดปัจจัยสู่ความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ SMEs
ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ ธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างใน เขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมือง นครปฐม จังหวัดนครปฐม (2554)	พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี	1. แนวคิดการบริหารจัดการองค์กร 2. แนวคิดการบริหารการตลาด 3. แนวคิดการบริหารการเงินและ บัญชี 4. แนวคิดการบริหารทรัพยากร มนุษย์
ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการค้า ปลีกเสื้อผ้าผู้หญิงในตลาดนัดจตุจักร (2554)	จิตาภา แจ่ม จันทร์ชนก	1. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ 2. ความสำเร็จของการค้าปลีก 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการค้าปลีก 4. คุณสมบัติของผู้ประกอบการและ ผู้ประกอบการค้าปลีก

กรอบแนวความคิด

ในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ผู้ศึกษาได้กำหนดตัวแปรต้นและตัวแปรตามดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

สมมติฐานงานวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน
2. ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครโดยมีวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับดังต่อไปนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้เลือกสถานที่ดำเนินการศึกษาวิจัย คือ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 4 อำเภอ

ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 117 คน โดยการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยการเลือกเฉพาะพื้นที่ที่มีการจำหน่ายผ้าอ้อมครามมากที่สุดเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการผ้าอ้อมคราม 4 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสกลนคร อำเภอพรรณานิคม อำเภอดอนนาหวาย อำเภออากาศอำนวย ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการผ้าอ้อมคราม 4 อำเภอ ในจังหวัดสกลนคร

กลุ่มอำเภอที่มีผู้ประกอบการผ้าอ้อมครามมากที่สุด	จำนวนผู้ประกอบการ
อำเภอเมืองสกลนคร	42
อำเภอพรรณานิคม	14
อำเภอดอนนาหวาย	17
อำเภออากาศอำนวย	44
รวม	117

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยคือ แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ รายได้จากการขายเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุคลากร โดยลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ที่มีการออกแบบในลักษณะ Nominal Scale

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และด้านการบริหารการเงิน เป็นคำถามปลายปิด มีคำตอบแบบเลือกตอบ โดยวัดระดับความคิดเห็นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ซึ่งในแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด มีการออกแบบในลักษณะ Interval Scale โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน และให้ค่าน้ำหนักตัวเลขตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ตามระดับความคิดเห็น แสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงระดับความคิดเห็นด้วยและคะแนนค่าน้ำหนักของตัวเลือก (Likert Scale)

ระดับความคิดเห็น	คะแนนค่าน้ำหนักของตัวเลือก
มากที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 5
มาก	กำหนดให้เท่ากับ 4
ปานกลาง	กำหนดให้เท่ากับ 3
น้อย	กำหนดให้เท่ากับ 2
น้อยที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ 1

หลังจากได้ข้อมูลระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างแล้ว นำไปวัดผลกับตารางเพื่อแปลความหมายค่าระดับความคิดเห็น โดยแบ่งเป็น 5 ระดับ

ตารางที่ 7 แสดงการแปลความหมายค่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.50 – 5.00	ระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	ระดับมาก
2.50 – 3.49	ระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	ระดับน้อย
1.00 – 1.49	ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม เป็นคำถามปลายเปิด (Open – ended Questions)

เครื่องมือการทดสอบสมมติฐาน

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ในส่วนของเพศ ผู้วิจัยทำการทดสอบตัวแปรด้วยสถิติ Independent Samples t-test
2. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ในส่วนของอายุ ระดับการศึกษา และข้อมูลปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ระยะเวลาประกอบธุรกิจ เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุคลากร ผู้วิจัยทำการทดสอบการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรด้วยสถิติ One Way ANOVA และ LSD หรือ Fisher's Least-Significant Difference

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจค้าຍ້ອມคราม ในเขตพื้นที่ 4 อำเภอในจังหวัดสกลนคร โดยการเก็บแบบสอบถาม พร้อมทั้งอธิบายและให้คำแนะนำในการตอบแบบสอบถามให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 117 คน

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

1. ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบคุณภาพความถูกต้องและความเหมาะสมกับเนื้อหา ครอบคลุมครบถ้วนตามทฤษฎีหรือแนวคิดของงานวิจัย และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ เพื่อนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่นกับประชากร จำนวน 20 ชุด โดยใช้สถิติและพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่น ซึ่งจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ แสดงว่า มีค่าความเชื่อมั่นได้มาก

การวิจัยโดยทั่วไป จะกำหนดให้ค่าความเชื่อมั่นที่ได้นั้นจะต้องมีค่าไม่น้อยกว่า 0.7 หมายถึง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงที่น่าเชื่อถือได้ (รังสรรค์ เลิศในสัตย์ และสมบัติ ทีฆทรัพย์ วนิดา วาติเจริญ, 2560) ซึ่งผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.86

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา จำนวน 117 ชุด ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแปลงสภาพตัวแปรที่ต้องการศึกษาเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และกำหนดค่าออกมาเป็นตัวเลข เพื่อลงรหัสข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป (Statistical Package for the Social Science : SPSS) การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อที่จะอธิบายนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุคลากร โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อที่จะอธิบายนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ยและความถี่ และค่าร้อยละ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และด้านการบริหารการเงิน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อที่จะอธิบายข้อมูลทางสถิติที่ใช้ในการแปลความหมาย มีการวิเคราะห์แบบค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้มาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) วัดระดับความสำคัญที่มีผลต่อการเลือก 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ 5	หมายถึง	ให้ความสำคัญมากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	ให้ความสำคัญมาก
ระดับ 3	หมายถึง	ให้ความสำคัญปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	ให้ความสำคัญน้อย
ระดับ 1	หมายถึง	ให้ความสำคัญน้อยที่สุด

โดยคะแนนที่ได้ จะนำมาวิเคราะห์และแปรผลของค่าเฉลี่ยตามระดับความคิดเห็น โดยมีเกณฑ์ให้คะแนนแต่ละระดับ ดังนี้ (John W. Best, 1997)

$$\begin{aligned}
 \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5 - 1}{5} \\
 &= 0.80
 \end{aligned}$$

จากนั้นนำคะแนนที่ได้ไปแปรผลเป็นค่าเฉลี่ยและนำไปเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมาย ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์การพิจารณา โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมีความกว้างของชั้นเท่ากับ 0.50 การแปลความหมาย โดยนำค่าคะแนนเฉลี่ยมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ความหมายของค่าเฉลี่ย
4.50 – 5.00	แสดงว่าให้ความคิดเห็นมากที่สุด
3.50 – 4.49	แสดงว่าให้ความคิดเห็นมาก
2.50 – 3.49	แสดงว่าให้ความคิดเห็นปานกลาง
1.50 – 2.49	แสดงว่าให้ความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.49	แสดงว่าให้ความคิดเห็นน้อยที่สุด

นำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อม
คราม เป็นคำถามปลายเปิด (Open – ended Questions)

ระยะเวลาในการทำวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อม
คราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย เริ่มตั้งแต่วันที่ 1 เดือน
พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึงวันที่ 31 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2563 รวมใช้ระยะเวลา 1 ปี

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 117 คน ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เป็นการอธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยการนำเสนอเป็นตารางค่าร้อยละ ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงมาตรฐาน ตามลักษณะของข้อมูลที่ได้ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : วิเคราะห์ข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

จากปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ สรุปผลได้ดังนี้

1.1 เพศ

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ	จำนวนผู้ประกอบการ (117)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	24	20.50
หญิง	93	79.50
รวม	117	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 79.50 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

1.2 อายุ

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ	จำนวนผู้ประกอบการ (117)	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	11	9.40
อายุ 31 – 40 ปี	35	29.90
อายุ 41 – 50 ปี	42	35.90
มากกว่า 51 ปีขึ้นไป	29	24.80
รวม	117	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 35.90 รองลงมาคือช่วงอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.90 ช่วงอายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 24.80 และช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 ตามลำดับ

1.3 ระดับการศึกษา

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ	จำนวนผู้ประกอบการ (117)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	-	-
มัธยมศึกษา/ปวช.	11	9.40
อนุปริญญา/ปวส.	24	20.50
ปริญญาตรี	73	62.40
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	9	7.70
รวม	117	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 62.40 รองลงมาเป็นระดับอนุปริญญา/ปวส. จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 ระดับมัธยมศึกษา/ปวช. จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40 และระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.70 ตามลำดับ

1. ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ

จากปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ระยะเวลาการประกอบธุรกิจ เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุคลากร ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และนำเสนอข้อมูลด้วยตารางแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ สรุปผลได้ดังนี้

2.1 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ	จำนวนผู้ประกอบการ (117)	ร้อยละ
ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ		
ต่ำกว่า 5 ปี	44	37.60
5 – 10 ปี	53	45.30
มากกว่า 10 ปี	20	17.10
รวม	117	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจอยู่ที่ 5 – 10 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 45.30 รองลงมาคือ มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 37.60 และมีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 10 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 17.10 ตามลำดับ

2.2 เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ	จำนวนผู้ประกอบการ (117)	ร้อยละ
เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ		
ต่ำกว่า 50,000 บาท	33	28.20
50,001 – 100,000 บาท	72	61.50
100,001 – 150,000 บาท	6	5.10
มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป	6	5.10
รวม	117	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาคือ ใช้เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ ต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ 100,001 – 150,000 บาท และมากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.10 ตามลำดับ

2.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ	จำนวนผู้ประกอบการ (117)	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	2	1.70
20,001 – 30,000 บาท	23	19.70
30,001 – 40,000 บาท	52	44.40
มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	40	34.20
รวม	117	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมาคือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 34.20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.70 และรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็น 1.70 ตามลำดับ

2.4 จำนวนบุคลากร

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนบุคลากร

ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ	จำนวนผู้ประกอบการ (117)	ร้อยละ
จำนวนบุคลากร		
1 – 2 คน	71	60.70
3 -4 คน	30	25.60
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	16	13.70
รวม	117	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรในธุรกิจ 1 – 2 คน จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 60.70 รองลงมาคือ มีจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 25.60 และจำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านการบริหารการตลาด ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ปัจจัยด้านการบริหารการเงิน โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แสดง ดังนี้

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ
ค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร รวมทั้ง 4 ด้าน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
ด้านการบริหารจัดการ	3.93	0.31	มาก
ด้านการบริหารการตลาด	3.77	0.36	มาก
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	3.62	0.34	มาก
ด้านการบริหารการเงิน	3.70	0.35	มาก
รวม	3.75	0.26	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.26 แต่เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน พบว่า ด้านการบริหารจัดการ มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31) รองลงมา คือด้านการบริหารการตลาด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36) ด้านการบริหารการเงิน (ค่าเฉลี่ย 3.70, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35) และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (ค่าเฉลี่ย 3.62, ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.34) ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านเป็นรายด้านสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 ด้านการบริหารจัดการ

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จในด้านการบริหารจัดการ

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ด้านการบริหารจัดการ			
1. มีการวางแผนการประกอบธุรกิจค้าปลีก ครامไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการ ดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน	4.05	0.56	มาก
2. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน	3.63	0.57	มาก

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
3.ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด	4.09	0.45	มาก
4.ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนใน องค์กร	3.63	0.55	มาก
5.ท่านมีความเป็นผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ	4.12	0.46	มาก
6.ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงาน อย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ	3.73	0.49	มาก
7.ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานใน ทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด	4.25	0.47	มาก
รวม	3.93	0.31	มาก

จากตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้า
ย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 117 คน ด้านการบริหารจัดการ พบว่า โดยภาพรวม
อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 3.93 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ
พบว่า การให้ระดับความสำเร็จกับการกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจ
ได้อย่างใกล้ชิด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ 4.25 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.47
รองลงมาคือ ท่านมีความเป็นผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมี
ประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.12 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.46 3.ธุรกิจของท่านมี
การบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ
4.09 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 ท่านมีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าย้อมครามไว้ล่วงหน้า
และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.05 และ
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ
และเต็มใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.73 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ธุรกิจของท่านมีการ
กำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมายที่ชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

0.57 และธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.63 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.55 ตามลำดับ

2.2 ด้านการบริหารการตลาด

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จในด้านการบริหารการตลาด

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ด้านการบริหารการตลาด			
1.ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท และเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า	4.02	0.57	มาก
2.ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้	3.74	0.56	มาก
3.ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น	3.78	0.49	มาก
4.ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง	3.51	0.50	มาก
5.ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน	3.46	0.52	ปานกลาง
6.ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า	4.10	0.44	มาก
รวม	3.77	0.36	มาก

จากตารางที่ 17 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้า ย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 117 คน ด้านการบริหารการตลาด พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 3.77 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ท่านมีการบริการเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้ามากที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 4.10 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44 รองลงมาคือ ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า อยู่ในระดับมาก

มีค่าเฉลี่ยคือ 4.02 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.78 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.74 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.51 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 และท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยคือ 3.46 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 ตามลำดับ

2.3 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์			
1.ท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการ	3.79	0.57	มาก
2.ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับ ตำแหน่งงานในธุรกิจ	3.69	0.48	มาก
3.ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มี คุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร	3.55	0.52	มาก
4.ท่านมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของ ท่านอยู่เสมอ	3.33	0.54	ปานกลาง
5.ท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/ สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน	3.74	0.48	มาก
รวม	3.62	0.34	มาก

จากตารางที่ 18 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้า
ຍໍມคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 117 คน ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ พบว่า โดย
ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 3.62 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 เมื่อพิจารณาเป็น
รายข้อ พบว่า ท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการของธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคือ
3.79 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57 รองลงมาคือ ท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/
สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน

สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.74 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.69 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.55 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 และท่านมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของท่านอยู่เสมอ อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยคือ 3.33 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.54 ตามลำดับ

2.4 ด้านการบริหารการเงิน

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยความสำเร็จในด้านการบริหารการเงิน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล
ด้านการบริหารการเงิน			
1.ท่านมีการวางแผนการเงินก่อนการลงทุนทำ ธุรกิจ	4.00	0.51	มาก
2.ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่าง เป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้	3.62	0.52	มาก
3.ท่านมีการทำบัญชีงบประมาณ รายรับ – รายจ่าย ของธุรกิจอยู่ตลอด	3.70	0.51	มาก
4.ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้า และสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความ คล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา	3.44	0.50	ปานกลาง
5.ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของ ธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.74	0.48	มาก
รวม	3.70	0.35	มาก

จากตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้า
ย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 117 คน ด้านการบริหารการเงิน พบว่า โดยภาพรวม
อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยคือ 3.70 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.35 48 เมื่อพิจารณาเป็นราย
ข้อ พบว่า ท่านมีการวางแผนการเงินก่อนการลงทุนทำธุรกิจมากที่สุด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ

4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 รองลงมาคือ ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจ ในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.74 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.48 ท่านมีการทำบัญชีงบประมาณ รายรับ – รายจ่าย ของธุรกิจอยู่ตลอด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.70 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.51 ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยคือ 3.62 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 และท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยคือ 3.44 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.50 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 การทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้พิจารณาข้อมูลของผู้ประกอบการ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จากแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ ได้กำหนดสมมติฐานเพื่อการศึกษาไว้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีเพศที่ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร **จำแนกตามเพศ**

ตัวแปรที่ศึกษา	เพศ	N	t-test for Equality of Means				
			Mean	S.D.	t	df.	Sig.
ด้านการบริหาร	ชาย	24	4.01	0.32	1.48	115	0.14
การจัดการ	หญิง	93	3.91	0.31	1.44	34.60	0.16
ด้านการบริหาร	ชาย	24	3.83	0.36	1.02	115	0.31
การตลาด	หญิง	93	3.75	0.35	0.99	34.93	0.33
ด้านการบริหาร	ชาย	24	3.58	0.35	-0.64	115	0.53
ทรัพยากรมนุษย์	หญิง	93	3.63	0.33	-0.61	34.18	0.54
ด้านการบริหาร	ชาย	24	3.78	0.40	1.30	115	0.20
การเงิน	หญิง	93	3.68	0.34	1.18	32.27	0.25
รวม	ชาย	24	3.80	0.27	1.01	115	0.31
	หญิง	93	3.74	0.26	0.99	34.85	0.33

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 20 พบว่า เพศที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีเพศที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 21 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมครามในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนคร จำแนกตามอายุ

ตัวแปรที่ศึกษา		Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.19	3	0.65	0.66	0.58
	ภายในกลุ่ม	11.18	113	0.99		
	รวม	11.37	116			
ด้านการบริหารการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.73	3	0.24	1.97	0.12
	ภายในกลุ่ม	13.88	113	0.12		
	รวม	14.61	116			
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ระหว่างกลุ่ม	0.62	3	0.21	1.87	0.14
	ภายในกลุ่ม	12.41	113	0.11		
	รวม	13.03	116			
ด้านการบริหารการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	0.71	3	0.02	0.19	0.91
	ภายในกลุ่ม	14.30	113	0.13		
	รวม	14.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 21 พบว่า อายุที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีอายุที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่งในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.92	3	0.31	3.32	0.02*
	ภายในกลุ่ม	10.45	113	0.09		
	รวม	11.37	116			
ด้านการบริหารการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.61	3	0.54	4.67	0.00*
	ภายในกลุ่ม	12.99	113	0.12		
	รวม	14.60	116			
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ระหว่างกลุ่ม	0.53	3	0.18	1.61	0.19
	ภายในกลุ่ม	12.49	113	0.11		
	รวม	13.02	116			
ด้านการบริหารการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	0.53	3	0.18	1.44	0.23
	ภายในกลุ่ม	13.84	113	0.12		
	รวม	14.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 22 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 2 ด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการบริหารการตลาด จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยส่วนบุคคล

บุคคลของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน สามารถทดสอบเพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ได้ต่อไปนี้

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ด้านการบริหารจัดการ**

ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ปวช.	อนุปริญญา/ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	-	3.84	3.83	3.94	4.19
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา/ปวช.	3.84	-	-	0.01 (0.92)	-0.10 (0.34)	-0.35 (0.01*)
อนุปริญญา/ปวส.	3.83	-	-	-	-0.11 (0.14)	-0.36 (0.00*)
ปริญญาตรี	3.94	-	-	-	-	-0.25 (0.02*)
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	4.19	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 23 พบว่า ด้านการบริหารจัดการ ระดับการศึกษา ในช่วงระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ซึ่งมีความมากกว่า ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.92 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.14 และระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับมากกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. มีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	1.64	3	0.55	1.81	0.15
	ภายในกลุ่ม	34.06	113	0.30		
	รวม	35.70	116			
2. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	5.36	3	1.79	6.33	0.00*
	ภายในกลุ่ม	31.84	113	0.28		
	รวม	37.20	116			
3. ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	0.18	3	0.06	0.29	0.84
	ภายในกลุ่ม	22.97	113	0.20		
	รวม	23.15	116			
4. ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2.10	3	0.70	2.39	0.07
	ภายในกลุ่ม	33.10	113	0.29		
	รวม	35.20	116			

ตารางที่ 24 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
5. ท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะ หน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและ มีประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	0.74	3	0.25	1.18	0.32
	ภายในกลุ่ม	23.59	113	0.21		
	รวม	24.33	116			
6. ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้ พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็ม ความสามารถและเต็มใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.40	3	0.13	0.56	0.64
	ภายในกลุ่ม	26.85	113	0.24		
	รวม	27.25	116			
7. ท่านสามารถกำกับดูแล ควบคุมการดำเนินงานในทุก กระบวนการของธุรกิจได้อย่าง ใกล้ชิด	ระหว่างกลุ่ม	2.01	3	0.67	3.17	0.02*
	ภายในกลุ่ม	23.81	113	0.21		
	รวม	25.82	116			
	ระหว่าง กลุ่ม	0.92	3	0.31		
	ภายในกลุ่ม	10.45	113	0.09		
รวม	รวม	11.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 24 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 2 ข้อ คือ ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน และท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน **ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน**

ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรีขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	-	3.36	3.63	3.59	4.33
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา/ ปวช.	3.36	-	-	-0.26 (0.18)	-0.23 (0.19)	-0.97 (0.00*)
อนุปริญญา/ ปวส.	3.63	-	-	-	0.04 (0.77)	-0.71 (0.00*)
ปริญญาตรี	3.59	-	-	-	-	-0.74 (0.00*)
สูงกว่า ปริญญาตรี ขึ้นไป	4.33	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 25 พบว่า ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน ระดับการศึกษา ในช่วงระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.18 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.77 และระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับมากกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่าง **ใกล้ชิด**

		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรีขึ้นไป
ระดับ	ค่า	-	4.00	4.13	4.29	4.56
การศึกษา	เฉลี่ย					
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา/ ปวช.	4.00	-	-	-0.13 (0.46)	-0.29 (0.55)	-0.56 (0.00*)
อนุปริญญา/ ปวส.	4.13	-	-	-	-0.16 (0.14)	-0.43 (0.02*)
ปริญญาตรี	4.29	-	-	-	-	-0.27 (0.10*)
สูงกว่า ปริญญาตรี ขึ้นไป	4.56	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่า ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด ระดับการศึกษา ในช่วงระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.46 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.14 และระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับมากกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ด้านการบริหารการตลาด

ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรีขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	-	3.65	3.66	3.78	4.13
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา/ ปวช.	3.65	-	-	-0.01 (0.94)	-0.13 (0.26)	-0.48 (0.00*)
อนุปริญญา/ ปวส.	3.66	-	-	-	-0.12 (0.15)	-0.47 (0.00*)
ปริญญาตรี	3.78	-	-	-	-	-0.35 (0.00*)
สูงกว่า ปริญญาตรี ขึ้นไป	4.13	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 27 พบว่า ด้านการบริหารการตลาด ระดับการศึกษา ในช่วงระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.94 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.15 และระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับมากกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามระดับการศึกษา

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4.15	3	1.38	4.63	0.00*
	ภายในกลุ่ม	33.81	113	0.30		
	รวม	37.96	116			
2. ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้	ระหว่างกลุ่ม	1.42	3	0.47	1.52	0.21
	ภายในกลุ่ม	35.36	113	0.31		
	รวม	36.78	116			
3. ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น	ระหว่างกลุ่ม	2.69	3	0.90	3.97	0.01*
	ภายในกลุ่ม	25.53	113	0.23		
	รวม	28.22	116			
4. ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	2.96	3	0.99	4.24	0.00*
	ภายในกลุ่ม	26.27	113	0.23		
	รวม	29.23	116			
5. ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.32	3	0.77	3.04	0.03*
	ภายในกลุ่ม	28.76	113	0.26		
	รวม	31.08	116			
6. ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	0.73	3	0.24	1.24	0.30
	ภายในกลุ่ม	22.04	113	0.20		
	รวม	22.77	116			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.61	3	0.54	4.67	0.00*
	ภายในกลุ่ม	13.00	113	0.12		
	รวม	14.61	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 28 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 3 ข้อ คือ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น และมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆอย่าง ต่อเนื่อง จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่มีผลต่อการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

ตารางที่ 29 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน **ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า**

		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรีขึ้นไป
ระดับ	ค่า	-	3.91	3.96	3.97	4.67
การศึกษา	เฉลี่ย					
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา/ ปวช.	3.91	-	-	-0.05 (0.81)	-0.64 (0.72)	-0.76 (0.00*)
อนุปริญญา/ ปวส.	3.96	-	-	-	-0.01 (0.91)	-0.71 (0.00*)
ปริญญาตรี	3.97	-	-	-	-	-0.69 (0.00*)

ตารางที่ 29 (ต่อ)

		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรีขึ้นไป
ระดับ	ค่า	-	3.91	3.96	3.97	4.67
การศึกษา	เฉลี่ย					
สูงกว่า	4.67	-	-	-	-	-
ปริญญาตรี						
ขึ้นไป						

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 29 พบว่า ท่านมีผลผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า ระดับการศึกษา ในช่วงระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.81 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.91 และระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับมากกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหาร การตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น

ระดับ	ค่าเฉลี่ย	ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรีขึ้นไป
ระดับ	ค่า	-	3.55	3.67	3.79	4.22
การศึกษา	เฉลี่ย					
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา/ ปวช.	3.55	-	-	-0.12 (0.49)	-0.25 (0.11)	-0.68 (0.00*)
อนุปริญญา/ ปวส.	3.67	-	-	-	-0.13 (0.26)	-0.56 (0.00*)
ปริญญาตรี	3.79	-	-	-	-	-0.43 (0.00*)
สูงกว่า ปริญญาตรี ขึ้นไป	4.22	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 30 พบว่า ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น ระดับการศึกษา ในช่วงระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.49 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.26 และระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ซึ่งมี

ค่าน้อยกว่า ระดับมากกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่มีผลต่อด้านการบริหาร การตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน **ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง**

		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรีขึ้นไป
ระดับ	ค่า	-	3.55	3.67	3.79	4.22
การศึกษา	เฉลี่ย					
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา/ ปวช.	3.55	-	-	-0.12 (0.49)	-0.25 (0.11)	-0.68 (0.00*)
อนุปริญญา/ ปวส.	3.67	-	-	-	-0.13 (0.26)	-0.56 (0.00*)
ปริญญาตรี	3.79	-	-	-	-	-0.43 (0.00*)
สูงกว่า ปริญญาตรี ขึ้นไป	4.22	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 31 พบว่า ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง ระดับ การศึกษา ในช่วงระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับ อนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.49 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ

0.26 และระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับมากกว่าปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง ระดับการศึกษาที่ที่มีผลต่อการจัดการบริหาร การตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน **ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน**

		ประถมศึกษา	มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรีขึ้นไป
ระดับ	ค่า	-	3.18	3.29	3.53	3.67
การศึกษา	เฉลี่ย					
ประถมศึกษา	-	-	-	-	-	-
มัธยมศึกษา/ ปวช.	3.18	-	-	-0.11 (0.55)	-0.35 (0.03*)	-0.49 (0.04*)
อนุปริญญา/ ปวส.	3.29	-	-	-	-0.24 (0.43)	-0.38 (0.06)
ปริญญาตรี	3.53	-	-	-	-	-0.13 (0.46)
สูงกว่า ปริญญาตรี ขึ้นไป	3.67	-	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่า ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน ระดับการศึกษา ในช่วงระดับมัธยมศึกษา/ปวช. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.55 ระดับอนุปริญญา/ปวส. ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับปริญญาตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.43 และระดับปริญญา

ตรี ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า ระดับมากกว่าปริญาตรีขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.46 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ ที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร **จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ**

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.37	3	0.18	1.90	0.15
	ภายในกลุ่ม	11.01	113	0.10		
	รวม	11.38	116			
ด้านการบริหารการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.15	3	0.07	0.58	0.56
	ภายในกลุ่ม	14.46	113	0.13		
	รวม	14.61	116			
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ระหว่างกลุ่ม	0.14	3	0.07	0.60	0.55
	ภายในกลุ่ม	12.89	113	0.11		
	รวม	13.03	116			

ตารางที่ 33 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
ด้านการบริหารการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	0.05	3	0.02	0.18	0.84
	ภายในกลุ่ม	14.32	113	0.13		
	รวม	14.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่า ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าयोอมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 ไม่แตกต่างกัน จึงยอมรับสมมติฐาน H_0 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าयोอมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2.2 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าयोอมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าयोอมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าयोอมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 34 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าอ้อมครามในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนคร **จำแนกตามเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ**

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.50	3	0.17	1.72	0.17
	ภายในกลุ่ม	10.88	113	0.10		
	รวม	11.38	116			
ด้านการบริหารการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	1.47	3	0.49	4.22	0.00*
	ภายในกลุ่ม	13.14	113	0.12		
	รวม	14.61	116			
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ระหว่างกลุ่ม	0.76	3	0.25	2.32	0.08
	ภายในกลุ่ม	12.27	113	0.11		
	รวม	13.03	116			
ด้านการบริหารการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	0.65	3	0.22	1.78	0.15
	ภายในกลุ่ม	13.72	113	0.12		
	รวม	14.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 1 ด้าน คือ ด้านการบริหารการตลาด จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน สามารถทดสอบเพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ได้ต่อไปนี้

ตารางที่ 35 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อ ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ด้านการบริหารการตลาด**

		ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 – 100,000 บาท	100,001 – 150,000 บาท	มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป
เงินลงทุนในการ ประกอบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.74	3.74	3.75	4.25
ต่ำกว่า 50,000 บาท	3.74	-	0.00 (0.98)	-0.00 (0.96)	-0.51 (0.00*)
50,001 – 100,000 บาท	3.74	-	-	-0.01 (0.95)	-0.51 (0.01*)
100,001 – 150,000 บาท	3.75	-	-	-	-0.50 (0.01*)
มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป	4.25	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 35 พบว่า ด้านการบริหารการตลาด เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ ต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ซึ่งมีค่าเท่ากับกับ เงินลงทุน 50,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.98 เงินลงทุน 50,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เงินลงทุน 100,001 – 150,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.95 และ เงินลงทุน 100,001 – 150,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เงินลงทุนมากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 36 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ
ด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่
จังหวัดสกลนคร จำแนกตามเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือก ชื่อหลากหลายประเภท และเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของ ลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.93	3	0.98	3.16	0.03*
	ภายในกลุ่ม	35.03	113	0.31		
	รวม	37.96	116			
2. ท่านมีการกำหนดราคา ผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับ คุณภาพสามารถแข่งขัน กับคู่แข่งได้	ระหว่างกลุ่ม	1.28	3	0.43	1.36	0.26
	ภายในกลุ่ม	35.51	113	0.31		
	รวม	36.79	116			
3. ท่านมีการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หลากหลาย ช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น	ระหว่างกลุ่ม	0.70	3	0.23	0.96	0.41
	ภายในกลุ่ม	27.52	113	0.24		
	รวม	28.22	116			
4. ท่านมีการโฆษณา ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	1.66	3	0.55	2.26	0.09
	ภายในกลุ่ม	27.58	113	0.24		
	รวม	29.24	116			
5. ท่านมีการรักษาข้อมูล ส่วนตัวของลูกค้าอย่าง ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.21	3	0.74	2.89	0.04*
	ภายในกลุ่ม	28.87	113	0.26		
	รวม	31.08	116			

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
6. ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.13	3	0.71	3.89	0.01*
	ภายในกลุ่ม	20.64	113	0.18		
	รวม	22.77	116			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.61	3	0.54	4.67	0.00*
	ภายในกลุ่ม	13.00	113	0.12		
	รวม	14.61	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 36 พบว่า เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 3 ข้อ คือ มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน และท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อ ด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่ จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า**

		ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 – 100,000 บาท	100,001 – 150,000 บาท	มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป
เงินลงทุนในการ ประกอบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.94	4.01	3.83	4.67
ต่ำกว่า 50,000 บาท	3.94	-	-0.74 (0.53)	0.11 (0.67)	-0.73 (0.00*)
50,001 – 100,000 บาท	4.01	-	-	0.18 (0.45)	-0.65 (0.01*)
100,001 – 150,000 บาท	3.83	-	-	-	-0.83 (0.01*)
มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป	4.67	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 37 พบว่า ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ ต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เงินลงทุน 50,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.53 เงินลงทุน 50,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ซึ่งมีค่า มากกว่า เงินลงทุน 100,001 – 150,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.45 และ เงินลงทุน 100,001 – 150,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เงินลงทุน มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน**

		ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 – 100,000 บาท	100,001 – 150,000 บาท	มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป
เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	3.39	3.43	3.67	4.00
ต่ำกว่า 50,000 บาท	3.39	-	-0.04 (0.73)	-0.27 (0.23)	-0.61 (0.01*)
50,001 – 100,000 บาท	3.34	-	-	-0.24 (0.27)	-0.57 (0.01*)
100,001 – 150,000 บาท	3.67	-	-	-	-0.33 (0.26)
มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป	4.00	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 38 พบว่า ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ ต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ซึ่งมีค่ามากกว่า เงินลงทุน 50,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.73 เงินลงทุน 50,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เงินลงทุน 100,001 – 150,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.27 และ เงินลงทุน 100,001 – 150,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เงินลงทุนมากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อ
ด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมมกราคม ในเขตพื้นที่
จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับ
ลูกค้า**

		ต่ำกว่า 50,000 บาท	50,001 – 100,000 บาท	100,001 – 150,000 บาท	มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป
เงินลงทุนในการ ประกอบธุรกิจ	ค่า เฉลี่ย	4.03	4.08	4.17	4.67
ต่ำกว่า 50,000 บาท	4.03	-	-0.05 (0.56)	-0.14 (0.47)	-0.64 (0.00*)
50,001 – 100,000 บาท	4.08	-	-	-0.83 (0.65)	-0.58 (0.00*)
100,001 – 150,000 บาท	4.17	-	-	-	-0.50 (0.04*)
มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป	4.67	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 39 พบว่า ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับ
ลูกค้า เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ ต่ำกว่า 50,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า
เงินลงทุน 50,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.56 เงินลงทุน
50,001 – 100,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เงินลงทุน 100,001 – 150,000
บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.65 และ เงินลงทุน 100,001 – 150,000 บาท ที่
มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า เงินลงทุนมากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ
4.67 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2.3 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

H_0 : ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 40 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร **จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2.60	3	0.87	11.18	0.00*
	ภายในกลุ่ม	8.77	113	0.08		
	รวม	11.37	116			
ด้านการบริหารการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	2.22	3	0.74	6.74	0.00*
	ภายในกลุ่ม	12.39	113	0.11		
	รวม	14.61	116			
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ระหว่างกลุ่ม	1.71	3	0.57	5.70	0.00*
	ภายในกลุ่ม	11.31	113	0.10		
	รวม	13.02	116			
ด้านการบริหารการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	2.52	3	0.84	7.99	0.00*
	ภายในกลุ่ม	11.85	113	0.11		
	รวม	14.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 40 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 4 ด้าน คือ ด้านการบริหารการจัดการ ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และด้านการบริหารการเงิน จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน สามารถทดสอบเพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ได้ต่อไปนี้

ตารางที่ 41 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ด้านการบริหารจัดการ**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.86	3.78	3.84	4.13
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.86	-	0.08 (0.70)	0.02 (0.94)	-0.28 (0.18)
20,001 – 30,000 บาท	3.78	-	-	-0.06 (0.40)	-0.37 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.84	-	-	-	-0.29 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	4.13	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 41 พบว่า ด้านการบริหารจัดการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ซึ่งมีความมากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.70 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ซึ่งมีความน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.40 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ซึ่งมีความน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 42 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. มีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	4.65	3	1.55	5.65	0.00*
	ภายในกลุ่ม	31.04	113	0.28		
	รวม	35.69	116			
2. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมายที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	3.60	3	1.20	4.04	0.01*
	ภายในกลุ่ม	33.60	113	0.30		
	รวม	37.20	116			
3. ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	3.52	3	1.17	6.76	0.00*
	ภายในกลุ่ม	19.63	113	0.17		
	รวม	23.15	116			

ตารางที่ 42 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
4. ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2.44	3	0.81	2.81	0.04*
	ภายในกลุ่ม	32.75	113	0.29		
	รวม	35.19	116			
5. ท่านมีความเป็นผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3.92	3	1.31	7.24	0.00*
	ภายในกลุ่ม	20.40	113	0.18		
	รวม	24.32	116			
6. ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.16	3	1.05	4.94	0.00*
	ภายในกลุ่ม	24.90	113	0.21		
	รวม	27.25	116			
7. ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด	ระหว่างกลุ่ม	2.03	3	0.68	3.22	0.03*
	ภายในกลุ่ม	23.78	113	0.21		
	รวม	25.81	116			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.60	3	0.87	11.18	0.00*
	ภายในกลุ่ม	8.77	113	0.08		
	รวม	11.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 42 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 7 ข้อ คือ มีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมายที่ชัดเจน ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร ท่านมีความเป็นผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ และท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ธุรกิจมีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.00	3.96	3.88	4.33
ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.00	-	0.04 (0.91)	0.11 (0.76)	-0.33 (0.39)
20,001 – 30,000 บาท	3.96	-	-	0.07 (0.59)	-0.37 (0.01*)

ตารางที่ 43 (ต่อ)

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่า	4.00	3.96	3.88	4.33
	เฉลี่ย				
30,001 – 40,000 บาท	3.88	-	-	-	-0.44 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	4.33	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 43 พบว่า ธุรกิจมีการวางแผนการประกอบธุรกิจฝ่ายอ้อมครามาไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.91 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.59 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมายที่ชัดเจน**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.50	3.48	3.52	3.88
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.50	-	0.02 (0.96)	-0.02 (0.96)	-0.38 (0.35)
20,001 – 30,000 บาท	3.48	-	-	-0.04 (0.77)	-0.40 (0.01*)
30,001 – 40,000 บาท	3.52	-	-	-	-0.36 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.88	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 44 พบว่า ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมายที่ชัดเจน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.96 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.77 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.00	3.83	4.04	4.30
ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.00	-	0.17 (0.57)	-0.04 (0.90)	-0.30 (0.32)
20,001 – 30,000 บาท	3.83	-	-	-0.21 (0.04*)	-0.47 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	4.04	-	-	-	-0.26 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	4.30	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 45 พบว่า ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.57 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 46 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.50	3.61	3.50	3.83
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.50	-	-0.11 (0.79)	0.00 (1.00)	-0.33 (0.41)
20,001 – 30,000 บาท	3.61	-	-	0.11 (0.42)	-0.22 (0.13)
30,001 – 40,000 บาท	3.50	-	-	-	-0.33 (0.01*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.83	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 46 พบว่า ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.79 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.42 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที และมีประสิทธิภาพ

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.50	3.87	4.10	4.33
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.50	-	-0.37 (0.24)	-0.60 (0.05*)	-0.83 (0.01*)
20,001 – 30,000 บาท	3.87	-	-	-0.23 (0.04*)	-0.46 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	4.10	-	-	-	-0.23 (0.01*)
มากกว่า 40,001 บาท	4.33	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 47 พบว่า ท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.24 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.50	3.48	3.69	3.93
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.50	-	0.02 (0.95)	-0.19 (0.56)	-0.43 (0.21)
20,001 – 30,000 บาท	3.48	-	-	-0.21 (0.07)	-0.45 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.69	-	-	-	-0.23 (0.02*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.93	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 48 พบว่า ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.95 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.07 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 ตามลำดับ

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	5.00	4.22	4.15	4.35
ต่ำกว่า 20,000 บาท	5.00	-	0.78 (0.02*)	0.85 (0.01*)	0.65 (0.05*)
20,001 – 30,000 บาท	4.22	-	-	-0.06 (0.58)	-0.13 (0.27)
30,001 – 40,000 บาท	4.15	-	-	-	-0.20 (0.04*)
มากกว่า 40,001 บาท	4.35	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 49 พบว่า ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.58 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 50 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ด้านการบริหารการตลาด**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.75	3.62	3.69	3.95
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.75	-	0.13 (0.58)	0.06 (0.81)	-0.20 (0.40)
20,001 – 30,000 บาท	3.62	-	-	-0.08 (0.36)	-0.34 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.69	-	-	-	-0.26 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.95	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 50 พบว่า ด้านการบริหารการตลาด รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.58 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.36 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 51 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าข้ามกรรม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้ เลือกซื้อหลากหลาย ประเภทและเป็น ผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตาม ความต้องการของลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	4.75	3	1.58	5.39	0.00*
	ภายในกลุ่ม	33.22	113	0.29		
	รวม	37.97	116			
2. ท่านมีการกำหนด ราคาผลิตภัณฑ์ที่ เหมาะสมกับคุณภาพ สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง ได้	ระหว่างกลุ่ม	4.62	3	1.54	5.40	0.00*
	ภายในกลุ่ม	32.17	113	0.29		
	รวม	36.79	116			
3. ท่านมีการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์หลากหลาย ช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น	ระหว่างกลุ่ม	0.74	3	0.25	1.01	0.39
	ภายในกลุ่ม	27.48	113	0.24		
	รวม	28.22	116			
4. ท่านมีการโฆษณา ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง	ระหว่างกลุ่ม	0.78	3	0.26	1.03	0.38
	ภายในกลุ่ม	28.45	113	0.25		
	รวม	29.23	116			
5. ท่านมีการรักษาข้อมูล ส่วนตัวของลูกค้าอย่าง ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	3.68	3	1.23	5.01	0.01*
	ภายในกลุ่ม	27.39	113	0.24		
	รวม	31.07	116			

ตารางที่ 51 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
6. ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า	ระหว่างกลุ่ม	2.14	3	0.71	3.91	0.00*
	ภายในกลุ่ม	20.63	113	0.18		
	รวม	22.77	116			
	ระหว่างกลุ่ม	2.22	3	0.74	6.74	0.00*
รวม	ภายในกลุ่ม	12.39	113	0.11		
	รวม	14.61	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 51 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาดในปัจจุบันแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 5 ข้อ คือ ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน และท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจุบันพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจุบันแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านมีผลตักณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลตักณฑ์ทันสมัยตามความต้องการของลูกค้า

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.50	3.78	3.94	4.28
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.50	-	-0.28 (0.48)	-0.44 (0.26)	-0.78 (0.05*)
20,001 – 30,000 บาท	3.78	-	-	-0.16 (0.24)	-0.49 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.94	-	-	-	-0.33 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	4.28	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 52 พบว่า ท่านมีผลตักณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลตักณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.48 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.24 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 53 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ในปีวิจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมนคร ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	4.00	3.61	3.58	4.00
ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.00	-	0.39 (0.32)	0.42 (0.27)	0.00 (1.00)
20,001 – 30,000 บาท	3.61	-	-	0.03 (0.81)	-0.39 (0.01*)
30,001 – 40,000 บาท	3.58	-	-	-	-0.42 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	4.00	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 53 พบว่า ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.32 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.81 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจฟ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่า	3.50	3.26	3.37	3.70
	เฉลี่ย				
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.50	-	0.24 (0.51)	0.14 (0.71)	-0.20 (0.58)
20,001 – 30,000 บาท	3.26	-	-	-0.11 (0.40)	-0.44 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.37	-	-	-	-0.34 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.70	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 54 พบว่า ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.51 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.40 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารการตลาด ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจฟ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่า	4.00	3.87	4.10	4.25
	เฉลี่ย				
ต่ำกว่า 20,000 บาท	4.00	-	0.13 (0.68)	-0.10 (0.76)	-0.25 (0.42)
20,001 – 30,000 บาท	3.87	-	-	-0.23 (0.04*)	-0.38 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	4.10	-	-	-	-0.15 (0.10)
มากกว่า 40,001 บาท	4.25	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 55 พบว่า ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.68 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.04 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 56 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่า	3.20	3.51	3.57	3.78
	เฉลี่ย				
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.20	-	-0.31 (0.18)	-0.37 (0.11)	-0.58 (0.01*)
20,001 – 30,000 บาท	3.51	-	-	-0.06 (0.48)	-0.26 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.57	-	-	-	-0.21 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.78	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 56 พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.18 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.48 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 57 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม
ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร **จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน**

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. ท่านมีบุคลากรเพียงพอ กับการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	1.71	3	0.57	1.82	0.15
	ภายในกลุ่ม	35.37	113	0.31		
	รวม	37.08	116			
2. ท่านมีการจัดบุคลากรให้ เหมาะสมกับตำแหน่งงานใน ธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	2.65	3	0.88	4.12	0.01*
	ภายในกลุ่ม	24.27	113	0.22		
	รวม	26.92	116			
3. ท่านมีการสรรหาและ คัดเลือกบุคลากรที่มี คุณภาพตามคุณสมบัติของ องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	1.48	3	0.49	1.89	0.14
	ภายในกลุ่ม	29.51	113	0.26		
	รวม	30.99	116			
4. ท่านมีการฝึกอบรมและ พัฒนาบุคลากรของท่านอยู่ เสมอ	ระหว่างกลุ่ม	1.43	3	0.48	1.65	0.18
	ภายในกลุ่ม	32.57	113	0.29		
	รวม	34.00	116			
5. ท่านมีการตอบสนองใน เรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการ ของบุคลากรที่เหมาะสมกับ งาน	ระหว่างกลุ่ม	6.52	3	2.17	12.40	0.00*
	ภายในกลุ่ม	19.79	113	0.18		
	รวม	26.31	116			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.71	3	0.57	5.70	0.00*
	ภายในกลุ่ม	11.31	113	0.10		
	รวม	13.02	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 57 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันที่มีผลต่อด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 2 ข้อ คือ .ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ และท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

ตารางที่ 58 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ**

	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.50	3.61	3.58	3.90
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.50	-	-0.11 (0.75)	-0.08 (0.82)	-0.40 (0.24)
20,001 – 30,000 บาท	3.61	-	-	0.03 (0.79)	-0.29 (0.01*)
30,001 – 40,000 บาท	3.58	-	-	-	-0.32 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.90	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 58 พบว่า ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ซึ่งมีค่ามากกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.79 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาท ขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าयोกรมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.00	3.35	3.79	3.95
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.00	-	-0.35 (0.26)	-0.79 (0.01*)	-0.95 (0.00*)
20,001 – 30,000 บาท	3.35	-	-	-0.44 (0.00*)	-0.60 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.79	-	-	-	-0.16 (0.07)
มากกว่า 40,001 บาท	3.95	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 59 พบว่า ท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.26 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.07 ตามลำดับ

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ด้านการบริหารการเงิน**

	ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.20	3.56	3.64	3.89
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.20	-	-0.36 (0.14)	-0.44 (0.06)	-0.69 (0.00*)
20,001 – 30,000 บาท	3.56	-	-	-0.09 (0.29)	-0.33 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.64	-	-	-	-0.24 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.89	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 60 พบว่า ด้านการบริหารการเงิน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.14 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.29 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 61 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อด้านการบริหารการเงิน ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. มีท่านมีการวางแผนการเงินก่อนการลงทุนทำธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.54	3	0.51	2.03	0.11
	ภายในกลุ่ม	28.46	113	0.25		
	รวม	30.00	116			
2. ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้	ระหว่างกลุ่ม	3.87	3	1.29	5.24	0.00*
	ภายในกลุ่ม	27.82	113	0.25		
	รวม	31.69	116			
3. ท่านมีการทำบัญชีงบประมาณ รายรับ – รายจ่าย ของธุรกิจอยู่ตลอดเวลา	ระหว่างกลุ่ม	1.87	3	0.62	2.46	0.06
	ภายในกลุ่ม	28.66	113	0.25		
	รวม	30.53	116			
4. ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา	ระหว่างกลุ่ม	2.24	3	0.75	3.16	0.02*
	ภายในกลุ่ม	26.65	113	0.24		
	รวม	28.89	116			

ตารางที่ 61 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
5. ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4.44	3	1.48	7.64	0.00*
	ภายในกลุ่ม	21.87	113	0.19		
	รวม	26.31	116			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	2.52	3	0.84	7.99	0.00*
	ภายในกลุ่ม	11.85	113	0.11		
	รวม	14.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 61 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการบริหารการเงินในปัจจุบันแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 3 ข้อ คือ ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา และท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจุบันพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อการบริหารจัดการ ในปัจจุบันแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารการเงิน ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจฟ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.00	3.48	3.52	3.85
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.00	-	-0.48 (0.19)	-0.52 (0.15)	-0.85 (0.02*)
20,001 – 30,000 บาท	3.48	-	-	-0.04 (0.74)	-0.37 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.52	-	-	-	-0.33 (0.00*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.85	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 62 พบว่า ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.19 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.74 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารการเงิน ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจฟ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อ **ความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา**

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.00	3.35	3.37	3.63
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.00	-	-0.35 (0.33)	-0.37 (0.30)	-0.63 (0.08)
20,001 – 30,000 บาท	3.35	-	-	-0.02 (0.89)	-0.28 (0.03*)
30,001 – 40,000 บาท	3.37	-	-	-	-0.26 (0.01*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.63	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 63 พบว่า ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.33 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.89 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.37 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่มีผลต่อด้านการบริหารการเงิน ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจฟ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกชั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

		ต่ำกว่า 20,000 บาท	20,001 – 30,000 บาท	30,001 – 40,000 บาท	มากกว่า 40,001 บาท
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	3.00	3.48	3.73	3.95
ต่ำกว่า 20,000 บาท	3.00	-	-0.48 (0.14)	-0.73 (0.02*)	-0.95 (0.00*)
20,001 – 30,000 บาท	3.48	-	-	-0.25 (0.02*)	-0.47 (0.00*)
30,001 – 40,000 บาท	3.73	-	-	-	-0.22 (0.02*)
มากกว่า 40,001 บาท	3.95	-	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 64 พบว่า ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกชั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 20,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.14 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.02 ตามลำดับ

สมมติฐานข้อที่ 2.4 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าຍໍມคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกััน

H_0 : ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าຍໍມคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ไม่แตกต่างกัน

H_1 : ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าຍໍມคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกััน

ตารางที่ 65 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าຍໍມคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร **จำแนกตามจำนวนบุคลากร**

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
ด้านการบริหารจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.99	2	0.50	5.48	0.01*
	ภายในกลุ่ม	10.38	114	0.09		
	รวม	11.37	116			
ด้านการบริหารการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	0.30	2	0.14	1.19	0.31
	ภายในกลุ่ม	14.31	114	0.13		
	รวม	14.61	116			
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	ระหว่างกลุ่ม	1.01	2	0.50	4.77	0.01*
	ภายในกลุ่ม	12.01	114	0.11		
	รวม	13.02	116			
ด้านการบริหารการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	0.44	2	0.22	1.81	0.17
	ภายในกลุ่ม	13.93	114	0.12		
	รวม	14.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 65 พบว่า จำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 2 ด้าน คือ ด้านการบริหารการจัดการ และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จึงยอมรับสมมติฐาน H₁ ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน สามารถทดสอบเพื่อหาค่าเฉลี่ยรายคู่ได้ต่อไปนี้

ตารางที่ 66 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ด้านการบริหารจัดการ**

		1 – 2 คน	3 – 4 คน	มากกว่า 5 คนขึ้นไป
จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	3.86	4.00	4.10
1 – 2 คน	3.86	-	-0.15 (0.03*)	-0.24 (0.01*)
3 – 4 คน	4.00	-	-	-0.09 (0.32)
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	4.10	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 66 พบว่า ด้านการบริหารจัดการ จำนวนบุคลากร 1 – 2 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.03 และจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 67 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามจำนวนบุคลากร

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. มีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีกรวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.68	2	1.34	4.62	0.01*
	ภายในกลุ่ม	33.02	114	0.29		
	รวม	35.70	116			
2. ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน	ระหว่างกลุ่ม	2.67	2	1.34	4.42	0.01*
	ภายในกลุ่ม	34.52	114	0.30		
	รวม	37.19	116			
3. ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บการขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด	ระหว่างกลุ่ม	2.40	2	1.20	6.59	0.00*
	ภายในกลุ่ม	20.75	114	0.18		
	รวม	23.15	116			
4. ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร	ระหว่างกลุ่ม	0.77	2	0.38	1.27	0.28
	ภายในกลุ่ม	34.43	114	0.30		
	รวม	35.20	116			
5. ท่านมีความเป็นผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันที และมีประสิทธิภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2.60	2	1.30	6.83	0.00*
	ภายในกลุ่ม	21.72	114	0.19		
	รวม	24.32	116			
6. ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.45	2	0.22	0.95	0.39
	ภายในกลุ่ม	26.80	114	0.24		
	รวม	27.25	116			

ตารางที่ 67 (ต่อ)

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
7. ท่านสามารถกำกับดูแล	ระหว่างกลุ่ม	0.72	32	0.36	1.63	0.20
ควบคุมการดำเนินงานในทุก	ภายในกลุ่ม	25.09	114	0.22		
กระบวนการของธุรกิจได้	รวม	25.81	116			
อย่างไร้ขีด						
	ระหว่างกลุ่ม	0.99	2	0.50	5.48	0.01*
รวม	ภายในกลุ่ม	10.38	114	0.09		
	รวม	11.37	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 67 พบว่า จำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 4 ข้อ คือ มีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด และท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ธุรกิจมีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน

		1 – 2 คน	3 – 4 คน	มากกว่า 5 คน ขึ้นไป
จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	3.93	4.23	4.25
1 – 2 คน	3.93	-	-0.30 (0.01*)	-0.32 (0.03*)
3 – 4 คน	4.23	-	-	-0.02 (0.92)
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	4.25	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 68 พบว่า ธุรกิจมีการวางแผนการประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน จำนวนบุคลากร 1 – 2 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ซึ่งค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 และจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.92 ตามลำดับ

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน **ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน**

		1 – 2 คน	3 – 4 คน	มากกว่า 5 คนขึ้นไป
จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	3.52	3.73	3.94
1 – 2 คน	3.52	-	-0.21 (0.08)	-0.42 (0.01*)
3 – 4 คน	3.73	-	-	-0.20 (0.23)
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	3.94	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 69 พบว่า ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน จำนวนบุคลากร 1 – 2 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.08 และจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปีวิจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน **ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด**

จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	1 – 2 คน	3 – 4 คน	มากกว่า 5 คนขึ้นไป
		ค่า	3.97	4.23
1 – 2 คน	3.97	-	-0.26 (0.01*)	-0.34 (0.01*)
3 – 4 คน	4.23	-	-	-0.07 (0.55)
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	4.31	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 70 พบว่า ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด จำนวนบุคลากร 1 – 2 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 และจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน ท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ

จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	1 – 2 คน	3 – 4 คน	มากกว่า 5 คนขึ้นไป
		ค่า	ค่า	ค่า
		4.01	4.20	4.44
1 – 2 คน	4.01	-	-0.19 (0.05*)	-0.42 (0.00*)
3 – 4 คน	4.20	-	-	-0.24 (0.08)
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	4.44	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 71 พบว่า ท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ จำนวนบุคลากร 1 – 2 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.05 และจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.44 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์**

จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	1 – 2 คน	3 – 4 คน	มากกว่า 5 คนขึ้นไป
		ค่า	3.55	3.69
1 – 2 คน	3.55	-	-0.14 (0.05*)	-0.25 (0.01*)
3 – 4 คน	3.69	-	-	-0.10 (0.29)
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	3.80	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 72 พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จำนวนบุคลากร 1 – 2 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.05 และจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 73 แสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจฟ้าย้อมคราม
ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำแนกตามจำนวนบุคลากร

ตัวแปรที่ศึกษา	แหล่งของความแปรปรวน	Sum of Squares	df.	Mean Square	F	Sig.
1. ท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการ	ระหว่างกลุ่ม	8.50	2	4.25	16.96	0.00*
	ภายในกลุ่ม	28.57	114	0.25		
	รวม	37.07	116			
2. ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ	ระหว่างกลุ่ม	0.83	2	0.41	1.81	0.17
	ภายในกลุ่ม	26.10	114	0.23		
	รวม	26.93	116			
3. ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร	ระหว่างกลุ่ม	2.01	2	1.01	3.95	0.02*
	ภายในกลุ่ม	28.98	114	0.25		
	รวม	30.99	116			
4. ท่านมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของท่านอยู่เสมอ	ระหว่างกลุ่ม	0.45	2	0.23	0.77	0.47
	ภายในกลุ่ม	33.55	114	0.29		
	รวม	34.00	116			
5. ท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.07	2	0.04	0.16	0.85
	ภายในกลุ่ม	26.23	114	0.23		
	รวม	26.30	116			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.01	2	0.50	4.77	0.01*
	ภายในกลุ่ม	12.02	114	0.11		
	รวม	13.03	116			

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 73 พบว่า จำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันที่มีผลต่อด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมมีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 มี 2 ข้อ ท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการ และท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารจัดการ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการ**

จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	1 – 2 คน	3 – 4 คน	มากกว่า 5 คนขึ้นไป
		ค่า	3.61	3.93
1 – 2 คน	3.61	-	-0.33 (0.00*)	-0.77 (0.00*)
3 – 4 คน	3.93	-	-	-0.44 (0.01*)
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	4.38	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 74 พบว่า ท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการ จำนวนบุคลากร 1 – 2 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.00 และจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบเป็นรายคู่ระหว่าง จำนวนบุคลากรที่มีผลต่อด้านการบริหาร ทรัพยากรมนุษย์ ในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัด สกลนครแตกต่างกัน **ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร**

จำนวนบุคลากร	ค่าเฉลี่ย	1 – 2 คน	3 – 4 คน	มากกว่า 5 คนขึ้นไป
		3.45	3.63	3.81
1 – 2 คน	3.45	-	-0.18 (0.10)	-0.36 (0.01*)
3 – 4 คน	3.63	-	-	-0.18 (0.25)
มากกว่า 5 คนขึ้นไป	3.81	-	-	-

*แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 75 พบว่า ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร จำนวนบุคลากร 1 – 2 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.10 และจำนวนบุคลากร 3 – 4 คน ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า จำนวนบุคลากรมากกว่า 5 คนขึ้นไป ที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 76 สรุปทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลจากการทดสอบ สมมติฐาน
1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
2.2 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.3 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน
2.4 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน	เป็นไปตามสมมติฐาน

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร 2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร และ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จำนวน 117 คน ทั้งนี้สำหรับวิธีการวิเคราะห์ผลการวิจัย ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคำนวณทางสถิติ โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อจำแนกข้อมูลปัจจัยที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา จากนั้นผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามด้วยสถิติ T-Test และ One Way-ANOVA เพื่อวิเคราะห์และอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม

สรุปผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์แบบสอบถามของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร สรุปผลการศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร โดยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์สถิติ T-Test และ One Way-ANOVA ดังนี้

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี

ข้อมูลปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจอยู่ในช่วง 5 – 10 ปี เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจเริ่มแรก 50,000 – 100,000 บาท รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 30,001 – 40,000 บาท และจำนวนบุคลากร 1 – 2 คน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายออนไลน์ ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร

เป็นการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นการแสดงระดับความคิดเห็นในแต่ละด้าน ตามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายออนไลน์ โดยแสดงภาพรวมจากการพิจารณาในปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าขายออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นในปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุดในด้านการบริหารจัดการ รองลงมาคือด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารการเงิน และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีระดับความคิดเห็นน้อยตามลำดับ และเมื่อพิจารณาในแต่ละด้านเป็นรายด้าน สามารถอธิบายได้ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับมากที่สุด คือ ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด รองลงมาท่านมีความเป็นผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด ท่านมีการวางแผนการประกอบธุรกิจค้าขายออนไลน์ไว้ล่วงหน้าและมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมายที่ชัดเจน และธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร ตามลำดับ

ด้านการบริหารการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับมากที่สุด คือ ท่านมีการบริการเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้ามากที่สุด รองลงมาคือธุรกิจมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page,

Instagram, Web site เป็นต้น ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน ตามลำดับ

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการของธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร และท่านมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของท่านอยู่เสมอ ตามลำดับ

ด้านการบริหารการเงิน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าท่านมีการวางแผนการเงินก่อนการลงทุนทำธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือ ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกชั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ท่านมีการทำบัญชีงบประมาณ รายรับ – รายจ่าย ของธุรกิจอยู่ตลอด ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบและสามารถตรวจสอบได้ และท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา ตามลำดับ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้พิจารณาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร จากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดสมมติฐานเพื่อการศึกษาไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร สามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีเพศที่ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครไม่แตกต่างกัน

1.2 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีอายุที่ต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครไม่แตกต่างกัน

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการที่มีระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันมีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครสามารถเขียนเป็นสมมติฐานทางสถิติได้ดังนี้

2.1 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครไม่แตกต่างกัน

2.2 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนครแตกต่างกัน

2.3 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

2.4 ปัจจัยพื้นฐานการเป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกัน มีผลต่อปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร แตกต่างกัน

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัยและผลที่ได้รับจากการทดสอบสมมติฐานในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร สามารถอภิปรายผลและอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้ โดยผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 41 – 50 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ที่ 5 – 10 ปี เงินลงทุนที่ใช้ในการประกอบธุรกิจเริ่มแรก 50,001 – 100,000 บาท มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 40,000 บาท และจำนวนบุคลากรในการประกอบธุรกิจ 1 – 2 คน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี, 2554) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับที่มาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จตุพร นิลอรุณ, 2559) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าช่องสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้า อยู่ในระดับที่มาก

ด้านการบริหารจัดการ

ด้านการบริหารจัดการของปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ (เพ็ญจันทร์ ตันติวิมลขจร, 2552) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม : กรณีศึกษาเขตพื้นที่ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสำเร็จในด้านการจัดการองค์การของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจาก มีการให้ความสำคัญกับการดำเนินงานภายในองค์กรอย่างใกล้ชิดและความชัดเจนในการกำหนดเป้าหมายขององค์กร และมีการกำหนดทิศทางในเรื่องวิสัยทัศน์ พันธกิจ นโยบาย และกลยุทธ์ อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (สุธิดา เสถียรมาศ, 2555) ได้ศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน บุคลิกเป็นผู้ประกอบการและการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SMEs ผลการศึกษาพบว่า มีการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์เพื่อเตรียมรับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตมากที่สุด ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ และเต็มใจ ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์เป้าหมายที่ชัดเจน และธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี, 2554) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ท่านมีความรู้ความสามารถในการวางแผนธุรกิจ อยู่ในระดับมาก

ด้านการบริหารการตลาด

ด้านการบริหารการตลาดของปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นย่อยของด้านการบริหารการตลาด คือ มีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า อยู่ในระดับมาก เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพบว่า มีค่าสูงสุด รองลงมาคือ ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิมพ์ชญาน์ แจ่มใสศรี, 2554) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า การมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท มีการบริการที่เหมาะสมให้กับลูกค้าอยู่ในระดับมาก ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ(ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) ได้กล่าวว่า ในการบริหารการตลาด ผู้บริหารต้องมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภค และมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคด้วยเครื่องมือส่วนผสมการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด การจัดจำหน่าย ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อรุณทัย ปัญญา, 2562) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์(เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การรักษาความปลอดภัยในข้อมูลส่วนตัว ของผู้ใช้งาน มีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวและคำสั่งซื้ออย่างปลอดภัยไม่แบ่งปันข้อมูลให้เว็บไซต์อื่นๆ การแจ้งให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับการมีระบบรักษาความปลอดภัยข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ทั้งนี้เนื่องมาจากว่านโยบายที่ผู้ประกอบการร้านค้าเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ (เฟซบุ๊ก) ทุกท่านประกาศให้สาธารณชนได้ทราบว่า ตนจะให้ความสำคัญคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลที่เก็บไว้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่ร้านค้าของตน เช่น หมายเลขบัตรเครดิต ที่อยู่ และหมายเลขโทรศัพท์ เป็นต้น

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ของปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นย่อยของด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คือท่านมีบุคลากรเพียงพอต่อการให้บริการอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ (พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี, 2554) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า บุคลากรในกิจการมีเพียงพอต่อการให้บริการที่รวดเร็ว มีความซื่อสัตย์และจริงใจ เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยพบว่ามีความสูงสุด รองลงมาคือท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร และท่านมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของท่านอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วสุธิดา นุริตมนต์ และอารยา สงเคราะห์, 2556) ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ประกอบด้วย ผู้นำ แรงงาน และการมีส่วนร่วมของสมาชิก ซึ่งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อแรงงาน เกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่ดีกับแรงงาน พัฒนาทักษะและความรู้ การสร้างขวัญและกำลังใจสำหรับการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ(พิทยา สิริ, 2556) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดสงขลา พบว่า มีความเหมาะสมในการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และการให้ความสำคัญและตระหนักในคุณค่าของพนักงานในองค์กร

ด้านการบริหารการเงิน

ด้านการบริหารการเงินของปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ประเด็นย่อยของด้านการบริหารการเงิน คือท่านมีการวางแผนการเงินก่อนการลงทุนทำธุรกิจ อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ลำไย มากเจริญ และคณะ, 2560) ซึ่งทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม พบว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เมื่อมีการวางแผนทางการเงิน และมีการบันทึกบัญชีที่ดี ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ(อัญชลี พูนชัย, 2547) ทำการศึกษา ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ดาวในระดับภาค : กรณีศึกษาสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัด

นครราชสีมา พบว่า ส่วนใหญ่มีการวางแผนทางการเงินและมีการบันทึกข้อมูลทางการเงินเพื่อเป็นประโยชน์ในการควบคุมดูแลทรัพย์สิน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่ง ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร สามารถนำไปศึกษาได้ดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ให้ธุรกิจ พร้อมทั้งกำหนดโครงสร้างภายในองค์กร เพื่อประโยชน์ของความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการช่วยเหลือผู้ประกอบการรายใหม่ๆ จัดการอบรมให้ความรู้ ในเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจ หรือมีการประสานกับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกค้าส่งที่ประสบความสำเร็จ มาถ่ายทอดให้ความรู้กับผู้ประกอบการรายใหม่ๆ หรือผู้ที่สนใจ

ด้านการบริหารการตลาด

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการควรมีการศึกษาวิธีการเก็บรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าทั้งแบบออฟไลน์ และออนไลน์ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีการพูดคุยหรือคอยสอบถาม แนะนำผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าอยู่ตลอด เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกถึงความเป็นกันเอง และเพื่อให้เกิดความพึงพอใจต่อการกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ค้าปลีกค้าส่งอีกครั้ง ควรมุ่งเน้นคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทั้งภายในและต่างประเทศ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกันความต้องการของลูกค้าให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดควรมีการจัดกิจกรรมการรวมกลุ่มกันออกงานต่างๆ ในจังหวัด และพื้นที่ใกล้เคียง หรือหน่วยงานเอกชน ควรจัดกิจกรรมงานคราฟต์ เพื่อกระตุ้นการขายและบริการให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น

ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการควรมีการปรับตัว ฝึกฝน พัฒนาการบริหาร การปฏิบัติงานให้ได้ผลสูงสุด ควรสร้างความสนใจในการปฏิบัติงาน ส่งเสริมและสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน พัฒนาให้บุคลากรมีประสิทธิภาพในการทำงานอย่างเท่าเทียมกัน จะทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดต่อธุรกิจได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานของรัฐจัดให้มีการอบรมให้ความรู้ทางวิชาการ การสนับสนุนทางวิชาการเพื่อให้ความรู้ด้านการบริหารคน และการพัฒนาคนในองค์กรมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจขนาดเล็กที่เริ่มธุรกิจใหม่ยังขาดความรู้ความสามารถในการทำธุรกิจและพัฒนาธุรกิจต่อไป

ด้านการบริหารการเงิน

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการควรมีการดูแลสภาพทางการเงินให้มั่นคงและน่าเชื่อถือ ต้องมีการวางแผนรายรับ – รายจ่าย อย่างเป็นระบบทุกวัน มีการควบคุมและตรวจสอบบัญชีอยู่เสมอ เพื่อให้ธุรกิจเกิดสภาพคล่องทางการเงิน มีการจัดสรรเงินอย่างเป็นสัดส่วน มีการใช้เงินให้ถูกประเภท เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ควรให้ความช่วยเหลือในด้านแหล่งทุน การฝึกอบรมเกี่ยวกับการบริหารการเงินและบัญชีให้กับผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เพื่อจะได้มีการวางแผนทางการเงินได้อย่างเหมาะสม หรือจัดอบรมโปรแกรมทางการเงินและบัญชีแก่ผู้ประกอบการธุรกิจให้เกิดการเข้าใจการใช้โปรแกรมทางการเงินให้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในรูปแบบของงานวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาเป็นกรณีพิเศษ ที่มีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต ฯลฯ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นว่ามีปัจจัยอะไรส่งผลให้ธุรกิจนั้นๆ ประสบความสำเร็จ และเพื่อใช้เป็นธุรกิจตัวอย่างให้กับผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ ต่อไป

2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์จากผ้าใยธรรมชาติ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจผ้าใยธรรมชาติ ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกิจต่อไป



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2541. **การสัมมนาเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับผ้าใยอคราม**. ม.ป.ท.: ม.ป.พ. โกลศ มารมย์ และเบญจพร ลัทธิเดช. 2547. **การจัดการธุรกิจเบื้องต้น**. กรุงเทพมหานคร: สกายบุ๊กส์.
- จตุพร นิลอรุณ. 2559. **ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านค้าช่องสายตะกู อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- จิระภา สุขเกษม. 2547. **การดำเนินธุรกิจขนาดย่อม**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์รวมหนังสือกรุงเทพ.
- ฉิมโสมน์ วิสิฐนิจิโกจา และคณะ. 2559. **ปัจจัยความสำเร็จในการประกอบธุรกิจรถเครนในประเทศไทย**. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ชिरารุช ศรีกาญจนา. 2548. **แนวทางการพัฒนาบริษัทวัสดุก่อสร้าง จำกัด อำเภอศรีบุญเรือง จังหวัดหนองบัวลำภู**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยสารคาม.
- เชษฐวุฒิ บุตรชาติ. 2552. **การวิเคราะห์ผลการดำเนินธุรกิจผ้าใยอคราม กรณีศึกษาแม่ทีตา กลุ่มทอผ้าใยอครามธรรมชาติ บ้านนาดี จังหวัดสกลนคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์. 2545. **การจัดการทรัพยากร**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณัฐพันธ์ เขจรนนท์ และฉัตรยาพร เสมอใจ. 2548. **การจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ตะวันพล เหล่าชัยเจริญ. 2549. **หลักการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ: พัฒนาการศึกษา.
- ธงชัย สันติวงศ์. 2539. **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. 2547. **การจัดการการตลาด**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- นิธิพัฒน์ สุทธิธรรม. 2552. **บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลต่อการส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดสมุทรสาคร**. รายงานวิจัย บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- บุตรี จารุโรจน์ และคณะ. 2549. **หลักการจัดการ**. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- พยอม วงศ์สารศรี. 2536. **องค์การและการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุภา.
- พิทยา สิริ. 2556. **ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดสงขลา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- พิทักษ์ บุญทา. 2558. **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา.** การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยพะเยา.
- พิบูล ทีปะपाल. 2546. **การจัดการเชิงกลยุทธ์.** กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.
- พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี. 2554. **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน : กรณีศึกษา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เพ็ญจันทร์ ตันติวิมลขจร. 2552. **ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาเขตพื้นที่ภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เพ็ญศรี วายวานนท์. 2537. **การจัดการทรัพยากรคน.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภัทรดนัย พิริยะธนภัทร. 2558. **การศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และปัจจัยด้านเว็บไซต์พระเครื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเช่าหรือประมวลพระเครื่องออนไลน์ (E-COMMERCE).** การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภัสสร เกษลักษณ์. 2561. **ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการติดตั้งประตูหน้าต่างอลูมิเนียมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.** การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มารยาททิพย์ วงษ์สมบูรณ์. 2550. **การจัดการและการจัดการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- รังสรรค์ เลิศในสัตย์ และสมบัติ ทีฆทรัพย์ วนิดา วาตีเจริญ. 2560. **ระเบียบวิธีวิจัย จากแนวคิด ทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติ.** กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ลำไย มากเจริญ และคณะ. 2560. **ปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครปฐม.** มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- เลอพงศ์ อุปรราช. 2546. **โครงการผลิต สารคดีภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่องคราม.** ร่างโครงการออกแบบนิเทศศิลป์ โปรแกรมวิชาศิลปกรรม (แขนงออกแบบนิเทศศิลป์) คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

- วราภรณ์ สร้อยคำ. 2547. การศึกษาการจัดการธุรกิจสินค้าในโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรทหนองใหญ่ ตำบลหนองใหญ่ อำเภอกระนวน จังหวัดขอนแก่น : ผลิตภัณ์ท์มะม่วงแช่อิ่ม. การศึกษาค้นคว้าอิสระ วท.ม. (บริหารธุรกิจ) บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วสุธิดา นุริตมนต์ และอารยา สงเคราะห์. 2556. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.
- วิเชียร วงศ์นิชชากุล และคณะ. 2550. การบริหารการส่งเสริมการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2546. การบริหารการตลาดยุคใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2550. การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศุภณิศร์ เต็มสงวนวงศ์. 2556. ปัจจัยสู่ความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 5 ดาว อำเภอสนทราย จังหวัดเชียงใหม่. วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยพายัพ.
- สมคิด บางโม. 2545. การประกอบธุรกิจ. กรุงเทพมหานคร: พัฒนวิทย์การพิมพ์.
- สมพงษ์ เกษมสิน. 2536. การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสกลนคร. 2562. ข้อมูลผู้ประกอบการผ้าอ้อมครามจังหวัดสกลนคร. สกลนคร.
- สุธิดา เสถียรมาศ. 2555. การศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงานบุคลากรเป็นผู้ประกอบการและการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SMEs. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุพาดา สิริกุดตา. 2546. การบัญชีบริหาร. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- สุพิชพร ดิดสุข. 2550. แนวทางการพัฒนาบริหารจัดการธุรกิจชุมชนศูนย์อาชีพสตรีบ้านใหม่ ตำบลเมืองพาน อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสารคาม.
- อนรรตน์ สายทอง. 2545. การพัฒนาชุดความรู้ของภูมิปัญญาชาวไทญ้อด้านสิ่งทอ. ปทุมธานี: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.

- อรรณวุฒิ เเอาเจริญ. 2548. การศึกษาปัญหาปัจจัยพื้นฐานในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราตามทัศนนะของผู้ประกอบการ กรณีศึกษาสถานประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- อรุณทัย ปัญญา. 2562. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านสังคมออนไลน์(เฟซบุ๊ก) ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในมหาวิทยาลัย เขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- อัญชลี พูนชัย. 2547. ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าที่ได้รับการคัดสรรเป็นสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 5 ดาวในระดับภาค : กรณีศึกษาสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรม เกษตร. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Best, John W. 1997. **Research in Education**. 3th. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- Certo S.C. & Certo S.T. 2006. **Modern Management**. 10th. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip. 2003. **Marketing Management**. New Delhi: Prentice-Hall.
- Stokes, D. 2007. **Small Business Management**. 4th. London: Continuum.



ภาคผนวก
แบบสอบถามงานวิจัย

แบบสอบถามโครงการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม ในเขตพื้นที่จังหวัดสกลนคร โดยข้อมูลที่ได้จะนำไปใช้ในการประกอบการศึกษาค้นคว้าอิสระของนักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ คำตอบในแบบสอบถามนี้จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระเท่านั้น จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน กรุณาตอบคำถามทุกข้อ และความคิดเห็นของท่านตามความจริง

2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าอ้อมคราม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถาม ด้วยเครื่องหมาย ✓ ลงใน (.....) หน้าคำตอบที่ตรงกับข้อมูลธุรกิจของท่าน

1) เพศ

(.....) 1) ชาย (.....) 2) หญิง

2) อายุ

(.....) 1) อายุต่ำกว่า 30 ปี (.....) 2) อายุ 31 – 40 ปี

(.....) 3) อายุ 41 – 50 ปี (.....) 4) อายุมากกว่า 51 ปีขึ้นไป

3) ระดับการศึกษา

(.....) 1) ประถมศึกษา (.....) 2) มัธยมศึกษา/ปวช.

(.....) 3) อนุปริญญา/ปวส. (.....) 4) ปริญญาตรี

(.....) 5) สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

4) ระยะเวลาประกอบธุรกิจ

- (.....) 1) ต่ำกว่า 5 ปี (.....) 2) 5 – 10 ปี
 (.....) 3) มากกว่า 10 ปี

5) เงินลงทุนในการประกอบธุรกิจ

- (.....) 1) ต่ำกว่า 50,000 บาท (.....) 2) 50,001 – 100,000 บาท
 (.....) 3) 100,001 – 150,000 บาท (.....) 4) มากกว่า 150,001 บาทขึ้นไป

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- (.....) 1) ต่ำกว่า 20,000 บาท (.....) 2) 20,001 – 30,000 บาท
 (.....) 3) 30,001 – 40,000 บาท (.....) 4) มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป

7) จำนวนบุคลากร

- (.....) 1) 1 - 2 คน (.....) 2) 3 - 4 คน
 (.....) 3) มากกว่า 5 คนขึ้นไป

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจฟ้าย้อมคราม

คำชี้แจง กรุณาตอบแบบสอบถาม ด้วยเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของธุรกิจท่านมากที่สุด

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการบริหารจัดการ					
1.มีการวางแผนการประกอบธุรกิจฟ้าย้อมครามไว้ล่วงหน้า และมีการวางแผนในการดำเนินงานเป็นขั้นตอนที่ชัดเจน					
2.ธุรกิจของท่านมีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมายที่ชัดเจน					
3. ธุรกิจของท่านมีการบริหารจัดการกับการจัดเก็บ การขายสินค้าตามเกณฑ์ที่กำหนด					

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
4.ธุรกิจมีการกำหนดโครงสร้าง ความรับผิดชอบ และมอบหมายงานอย่างเป็นระบบให้กับคนในองค์กร					
5.ท่านมีความเป็นผู้นำ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นได้อย่างทันทีและมีประสิทธิภาพ					
6.ท่านมีการเพิ่มแรงจูงใจให้พนักงานปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถและเต็มใจ					
7.ท่านสามารถกำกับดูแลควบคุมการดำเนินงานในทุกกระบวนการของธุรกิจได้อย่างใกล้ชิด					
ด้านการบริหารการตลาด					
1.ท่านมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทและเป็นผลิตภัณฑ์ทันสมัย ตามความต้องการของลูกค้า					
2.ท่านมีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้					
3.ท่านมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หลากหลายช่องทาง เช่น หน้าร้าน Facebook, Page, Instagram, Web site เป็นต้น					
4.ท่านมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง					
5.ท่านมีการรักษาข้อมูลส่วนตัวของลูกค้าอย่างชัดเจน					
6.ท่านมีการบริการอย่างเอาใจใส่ แนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับลูกค้า					

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์					
1.ท่านมีบุคลากรเพียงพอกับการให้บริการ					
2.ท่านมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับตำแหน่งงานในธุรกิจ					
3.ท่านมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพตามคุณสมบัติขององค์กร					
4.ท่านมีการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรของท่านอยู่เสมอ					
5.ท่านมีการตอบสนองในเรื่องค่าตอบแทน/สวัสดิการของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน					
ด้านการบริหารการเงิน					
1.ท่านมีการวางแผนการเงินก่อนการลงทุนทำธุรกิจ					
2.ท่านมีการวางแผนในการใช้เงินทุนอย่างเป็นระบบ และสามารถตรวจสอบได้					
3.ท่านมีการทำบัญชีงบประมาณ รายรับ – รายจ่ายของธุรกิจอยู่ตลอดเวลา					
4.ท่านสามารถคาดการณ์ผลกำไรล่วงหน้าและสามารถปรับแผนการเงินเพื่อความคล่องตัวในการประกอบธุรกิจได้ตลอดเวลา					
5.ท่านสามารถแก้ไขปัญหาด้านการเงินของธุรกิจในทุกขั้นตอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ					

ส่วนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจผ้าใยธรรมชาติ

1. ด้านการบริหารจัดการ

.....

.....

.....

.....

2. ด้านการบริหารการตลาด

.....

.....

.....

.....

3. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

.....

.....

.....

.....

4. ด้านการบริหารการเงิน

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม

นางสาวศรินญา ตรีจันทปกรณ นักศึกษาปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวศรินญา ตรีจันทปกรณ์
เกิดเมื่อ 4 เมษายน 2534
ประวัติการศึกษา พ.ศ. 2556 บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป
มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
พ.ศ. 2551 มัธยมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนแก่นนครวิทยาลัย จังหวัดขอนแก่น

