

การศึกษาความสำเร็จของ SMEs ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ

A STUDY OF THE SUCCESS OF SMEs IN PARTICIPATING IN GOVERNMENT PROCUREMENT

มัทรียา ทาวรวงศ์สกุล¹ ผศ.ดร.ปรีชญาณ์ นักพ่อน²

Muttareeya Tawanwongsakul Asst.Prof.Dr. Preechaya Nakfon

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำเร็จของการเข้าร่วมของ SMEs ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่เอื้อหรือเป็นข้อจำกัดของการเข้าร่วมของ SMEs ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน คือ 1) การสำรวจเอกสาร เพื่อต้องการทราบถึงความสำเร็จของ SMEs ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยพิจารณาจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ขึ้นทะเบียนกิจการ และสินค้าหรือบริการกับทาง สสว. เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (THAI SME – GP) ที่เข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐพร้อมได้รับการคัดเลือกและไม่ได้รับการคัดเลือก รวมไปถึงไม่เข้าร่วม ในช่วง พ.ศ. 2562 จนถึง พ.ศ. 2565 2) เก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือแบบสอบถามตั้งแต่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2565 จนถึง 3 มิถุนายน พ.ศ. 2565 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อมประเภทขายสินค้าและให้บริการที่ขึ้นทะเบียนกิจการ กับทาง สสว.เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (THAI SME – GP) ทุกจังหวัดในประเทศไทย จำนวน 400 แห่ง โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละและไคสแควร์ ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของ SMEs ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐนั้นส่วนมากได้รับการคัดเลือก (ร้อยละ 81) รองลงมาไม่ได้รับการคัดเลือก (ร้อยละ 15.80) และไม่เข้าร่วม (ร้อยละ 3.30) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ มีผลต่อความสำเร็จ อีกทั้งผลการศึกษายัง พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการด้านประเภทธุรกิจ ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้าง SMEs ของภาครัฐด้วย ดังนั้นภาครัฐจึงควรสร้างการรับรู้ให้กับผู้ประกอบการ และจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ในขั้นตอนการปฏิบัติกับผู้ประกอบการในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างและควรมีมาตรการจูงใจให้กับผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างได้มากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ความสำเร็จ, การจัดซื้อจัดจ้าง, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

¹ นิสิตหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการจัดการสาธารณะ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Graduate student in Public Policy and Management, Faculty of Social Science, Srinakharinwirot University, Bangkok

Corresponding author: muttareeya.tawanwongsakul@sg.swu.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประจำภาควิชารัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพฯ

Asst.Prof.Dr, Department of Political Science, Faculty of Social Science, Srinakharinwirot University, Bangkok

Abstract

This research aims to study the success of the participation in SMEs in government procurement and to identify the factors that are conducive to or limiting the participation of SMEs in government procurement by using a mixed research methods: (1) the document survey was used to understand the success of SMEs participating in government procurement by considering the small to medium-sized business operators that registered products or services. In terms of government procurement (THAI SME – GP) and participating in government procurement, ready to be selected and not preferred, including the period between 2019 until May 2022; (2) to collect data with query tools from 1 July 2022 until 3 June 2022 regarding Small and Medium Business Entrepreneurship Group to Sell Products and Services Registered by Office of Small and Medium Enterprise Promotion (THAI SME – GP). This included all 400 provinces in Thailand, with statistics used in data erosion included percentage and chi-square. The study found the success of SMEs in participating in government procurement, most of which were preferred (81%), followed by not being chosen (15.80%) and not participating (3.30%) Therefore, it can be certified that all three factors were the primary component of the operator. The readiness factor of people and entrepreneurship and state support of the factors affecting success. In addition, the study found that social influence factors and the fundamentals of business entrepreneurs did not affect their success.

Keywords: success, procurement, small to medium-sized business

บทนำ

การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้ส่งผลกระทบต่อหลายภาคส่วน ทั้งสาธารณสุข เศรษฐกิจ ธุรกิจ สังคม และภาครัฐ ผู้ได้รับผลกระทบโดยตรง ได้แก่ “ผู้ประกอบการ SME” หรือ “SMEs” และ “ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม” หรือ “Micro SMEs” เนื่องจากการปิดกิจการ ดังนั้น เพื่อลดและควบคุมการแพร่ระบาดของ COVID-19 สิ่งตามมาที่สำคัญที่สุดก็คือ ความกังวลของประชาชนเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจและความมั่นคงในการดำรงชีวิตทำให้รายได้ลดลงไม่กล้าใช้จ่ายตามปกติส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมากขาดสภาพคล่อง โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งสินเชื่อ จากมุมมองของสถาบันการเงิน สถานการณ์ “COVID19” ถือเป็นวิกฤตที่เลวร้ายที่สุดในประวัติศาสตร์โลก และขยายผลไปยังทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็น สาธารณสุข เศรษฐกิจ ภาคธุรกิจ หรือสังคม และความเป็นอยู่ของประชาชนในภาครัฐที่สร้างการเปลี่ยนแปลงชีวิต ทำนายว่า หลายๆ อย่างจะเปลี่ยนไปในทางที่ไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป สิ่งหนึ่งที่ได้รับผลกระทบคือผลกระทบที่รุนแรงและทันทีทันใดของโควิด-19

ต่อภาคธุรกิจจำนวนมาก ซึ่งนำไปสู่การหยุด "กิจกรรมทางธุรกิจ" เกือบทั้งหมดในช่วงการระบาดใหญ่เพื่อ
บรรเทาและยับยั้งการแพร่กระจายของไวรัส เมื่อกิจกรรมทางธุรกิจไม่แน่นอน ถัดมาคือ "รายได้" ของเอส
เอ็มอี-รายเล็กรายเล็กเรียกว่าหายไปทันทีบางรายลดลง แคมป์เผชิญ "กำลังซื้อผู้บริโภค" หาย เพราะคน
กังวลชีวิตที่มั่นคง ภาวะเศรษฐกิจไม่กล้าใช้เงินเหมือนแต่ก่อน ส่งผลให้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
และวิสาหกิจขนาดย่อมจำนวนมาก โดยเฉพาะ "สถาบันการเงิน" ที่ผู้ประกอบการเข้าไม่ถึงแหล่งสินเชื่อ เรียกว่า
ว่า การเกิดขึ้นของ COVID-19 แทบจะปิดประตู SME

ปัจจุบันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในประเทศไทยดีขึ้น แต่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
บางส่วนยังอยู่ รอดได้ ในขณะที่คนอื่นไม่มีเงินทุน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาคแรงงานและทำให้เกิดหนี้เสีย
เพิ่มขึ้น แต่ที่ผ่านมา รัฐบาลมีนโยบายและมาตรการต่าง ๆ เพื่อช่วยรับมือกับวิกฤตเศรษฐกิจ หนึ่งใน
มาตรการเหล่านี้คือการส่งเสริม SMEs ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ เพราะ SMEs มีอยู่ในทุก
อุตสาหกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมรีไซเคิลและอุตสาหกรรมบริการเป็นกำลัง
สำคัญในอุตสาหกรรมและการพาณิชย์และควรมีบทบาทในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้
มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประมาณ 3.17 ล้านรายในประเทศ คิดเป็น 99.7% ของทั้งหมด มี
พนักงาน 17.5 ล้านคน คิดเป็น 71.86% ของประชากรที่มีงานทำทั้งหมดในประเทศ (สำนักงานส่งเสริม
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ส่วนใหญ่เป็นการค้าและบริการขนาดกลางและขนาดย่อมยังช่วย
บรรเทาปัญหาการจราจรติดขัด การพัฒนาเมืองนำความเจริญมาสู่ภูมิภาคและใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิด
ประโยชน์สูงสุด โดยเน้นให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมดำเนินงานดังกล่าวทำให้สามารถเริ่มต้นธุรกิจ
ได้ในระยะเวลาอันสั้น สร้างรายได้ลดรายจ่าย ช่วยให้ผู้ประกอบการมีสภาพคล่องและมีเวลาให้
ผู้ประกอบการปรับตัว จุดเริ่มต้น ดังนั้นแผนส่งเสริม SME พ.ศ. 2560-2565 ถือเป็นแผนปฏิบัติการที่
รวบรวมบทเรียนจากสถานการณ์โควิด-19

ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นหนึ่งในหัวใจสำคัญของการเข้าสู่ตลาดที่มีการแข่งขันสูง
จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ แผนส่งเสริม SME ระยะ 5 ปี พ.ศ. 2560-
2564 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) เน้นการอยู่รอดและเติบโต การพัฒนา
SME ในบริบทของการแข่งขันทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว SME ไทยต้องรู้วิธีทำธุรกิจ แนวคิด
ผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมาตรฐานสามารถเข้าสู่ตลาดในประเทศและต่างประเทศได้ ให้เอสเอ็มอีไทยเป็น
พลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างแท้จริง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว แผนส่งเสริม SME ระยะ 5
ปี พ.ศ. 2560-2564 ได้กำหนด 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนา SMEs เฉพาะภาค
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริม SMEs เฉพาะกลุ่ม และยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนา ขับเคลื่อนกลไกการส่งเสริม SME
อย่างเป็นระบบผ่านยุทธศาสตร์หลักยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนา SMEs ในแต่ละประเด็น มีจุดเน้น

หลัก 4 ด้าน ได้แก่ การยกระดับเทคโนโลยี นวัตกรรม และผลิดภาพการส่งเสริม การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อ การเข้าถึงตลาดและความเป็นสากล และการพัฒนาและส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ หนึ่งในสิ่งที่รัฐบาล พยายามดำเนินการเพื่อช่วยเหลือกลุ่ม SME คือการผลักดัน SME ไทยเข้าสู่ตลาดของรัฐบาล โดยถือเป็นหนึ่ง ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนา SMEs อย่างรอบด้าน การส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและความเป็น สากล เนื่องจากเป็นช่องทางการตลาดขนาดใหญ่ สิ่งที่จะช่วย SME คือต้อง การให้หน่วยงานภาครัฐทุกแห่ง จัดหาสินค้าและบริการจากผู้ประกอบการ SME ในประเทศไทยด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำเร็จของ SME ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เอื้อหรือเป็นข้อจำกัดของการเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อ จัดจ้างของภาครัฐ

สมมติฐานของการวิจัย

1. ลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการ มีผลต่อการเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ
2. ความพร้อมของพร้อมผู้ประกอบการ มีผลต่อการเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ
3. อิทธิพลทางสังคม มีผลต่อการเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ
4. ปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ มีผลต่อการเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ศึกษาความสำเร็จของ SME ในเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ตั้งแต่ พ.ศ.2562 – ปัจจุบัน โดยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับจำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ขึ้นทะเบียนกิจการและสินค้าหรือบริการกับทาง สสว. เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างของ ภาครัฐ (THAI SME – GP) ที่อยู่ในระบบ (THAI SME – GP)

2. ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่เอื้อหรือเป็นข้อจำกัดของการเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อ จัดจ้างของ ภาครัฐ โดยพิจารณา จากปัจจัยด้านลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านความพร้อมของ ผู้ประกอบการ ปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ และปัจจัยด้านอิทธิพลของสังคม

ทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการส่งเสริมกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย (SME)

การส่งเสริม SME ในปี 2560-2564 สำนักงานส่งเสริม SME ได้กำหนดนโยบายที่ชัดเจนที่ จะต้องเร่งพัฒนา SME ไทย ในทุกช่วงของการเติบโตให้มีศักยภาพและความสามารถในการดำเนินธุรกิจ ระหว่างประเทศ การช่วยให้เอสเอ็มอีมีบทบาทมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจช่วยสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

ให้กับประเทศอย่างแท้จริง วิสัยทัศน์แผนส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 กำหนดให้ “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไทยเติบโตแข่งขันได้ในระดับสากล เป็นกำลังสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจ” การขับเคลื่อนแผนส่งเสริมฯ ฉบับที่ 4 ซึ่งประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ (แผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4, (พ.ศ.2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมขีดความสามารถ SME เฉพาะกลุ่ม ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากลไกเพื่อขับเคลื่อนการส่งเสริม SME อย่างเป็นระบบโดยยุทธศาสตร์หลักประการหนึ่ง คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและพัฒนา SME รายประเด็น มีประเด็นที่น่าสนใจ 4 กลยุทธ์หลัก คือ การยกระดับเทคโนโลยี นวัตกรรม และผลผลิต อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน อำนวยความสะดวกในการเข้าถึงตลาดและความเป็นสากล และการพัฒนาและส่งเสริมการประกอบการ โดยหนึ่งในประเด็นที่น่าสนใจ นั้น คือ การเข้าถึงตลาดและความเป็นสากลเนื่องจากตลาดการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐบาลเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูง และมีความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย

2. แนวคิดการส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ภาครัฐจัดซื้อจัดจ้างจาก SMEs ไทย

ทางภาครัฐได้กำหนดให้พัสดุและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุที่รัฐต้องการส่งเสริมหรือสนับสนุน พ.ศ. 2563 โดยภาครัฐสามารถดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างได้ (กระทรวงการคลัง, 2560) ซึ่งแบ่งเป็นทั้งหมด 8 หมวด และยังได้เร่งออกมาตรการเพื่อช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มาตรการหนึ่ง คือ การที่กระทรวงการคลังได้ออก “กฎกระทรวง (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2563” องค์การจัดซื้อสินค้าหรือบริการจาก SMEs ที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) วงเงินไม่ต่ำกว่า 30% ของงบประมาณจัดซื้อจัดจ้าง และให้แต้มต่อแก่ SME เพิ่มอีก 10% ในการดำเนินการจัดซื้อผ่านทางประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์หรือ E-Bidding และวิธีคัดเลือก

3. แนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบาย

จากผลการทบทวนเชิงทฤษฎี นักวิชาการได้กล่าวถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบาย ผู้วิจัยเลือกศึกษาแบบจำลองของนักวิชาการ 2 ท่าน คือ Van Horn and Van Meter (1976) และ วรเดช จันทรร (2552) แบบจำลองของ Van Meter และ Van Horn เชื่อมโยงนโยบายกับผลการปฏิบัติงานตามนโยบาย การปฏิบัติประกอบด้วย 6 ตัวแปร อีกทั้งยังได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพมีทั้งสิ้น 12 ปัจจัย เชื่อว่าความสำเร็จของ การดำเนินนโยบายขึ้นอยู่กับองค์กรที่รับผิดชอบในการดำเนินการมีความสามารถในการดำเนินงานตามที่ตั้งนโยบายที่ประสบความสำเร็จต้องมีโครงสร้างองค์กร ความสำเร็จของ SME ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐเริ่มต้นมาจากทางภาครัฐเป็นผู้กำหนดแนวทางในการดำเนินการ รวมทั้งสั่งการให้ทางหน่วยงานภาครัฐทุกแห่งถือปฏิบัติ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐจึงต้องมีความเข้าใจ รวมไปถึงบุคลากรของทางภาครัฐที่เป็นผู้ปฏิบัติก็ต้องมีความรู้ความสามารถเข้าใจถึงขั้นตอนกระบวนการดำเนินการ รวมไปถึงแนวทางและระเบียบที่กำหนดไว้ด้วย

4. แนวคิดปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ

1. ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการ

สุทิน ฤทธิ์ทอง (2559, น. 96) ศึกษาเรื่อง การสร้างนวัตกรรมองค์กรผู้ประกอบการค้า ธุรกิจอุตสาหกรรมด้านบริการในการเข้าสู่ตลาดอาเซียนระหว่าง ไทย -พม่าพบว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการ ได้แก่ ประเภทธุรกิจทุนจดทะเบียน และระยะเวลาการดำเนินกิจการส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ด้านบริการที่แตกต่างกันซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตร ชูชื่น และ ศิริกุล ตูลาสมบัติ (2561, น. 85) ซึ่งศึกษา เรื่องปัจจัยที่มีผลในการใช้ระบบสารสนเทศของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผู้ประกอบการมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันของระบบสารสนเทศ และการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงที่แนะนำหรือมีการใช้ระบบสารสนเทศ

2. ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ

อาทิตยา ทรรคนสฤกษ์ดี (2561 , น. 48-49) ศึกษาเรื่อง แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการสู่ธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ พบว่า การที่ร้านค้าควรมี software & hardware ต่างๆ รวมทั้งต้องเตรียมความพร้อมเรื่องบุคลากรเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นิภาพัทร แสนอุบล, ดวงฤทัย ณ นครพนม, สายทิพย์จะโนภาษ, และ ฉัตรชัยแสงจันทร์ (2560, น. 1762) เรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการยื่นงบการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Filing) ของกลุ่มธุรกิจค้าส่งค้าปลีก พบว่า ปัจจัยด้านการฝึกอบรม และด้านความพร้อมของทรัพยากรของผู้ประกอบการค้าปลีกมีผลเชิงบวกต่อโครงการ

3. ปัจจัยทางอิทธิพลทางสังคมที่มีผลต่อผู้ประกอบการ

จากการศึกษาของ ชวิศ พุ่มดนตรี (2559, น. 75) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ การยอมรับบริการพร้อมเพย์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลทางสังคมส่งผลดีต่อการยอมรับบริการพร้อมเพย์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แสดงให้เห็นว่า บุคคลที่มีอิทธิพล บุคคลที่ชื่นชอบบุคคลที่นับถือและบุคคลรอบตัว ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์สอดคล้องกับการศึกษาของ ฝนทิพย์ ฆารไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และ ไฉจามรรมาน, 2555 เรื่อง คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย พบว่า บุคคลและสิ่งแวดล้อมรอบข้างมีส่วนผลักดันและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ก็การศึกษาของ ฉัตร ชูชื่น และ ศิริกุล ตูลาสมบัติ (2561, น. 86) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลในการใช้ระบบสารสนเทศของธุรกิจ (ฉัตร ชูชื่น, 2561)

4. ปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ

ธีรินทร์ เกตุวิชิต, บุญทวารณ วิงวอน, และจงกลบดินทร์ แสงอาสภวิริยะ, 2561 ศึกษาเรื่อง ปัจจัยของผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ประสิทธิภาพการบริหารจัดการระบบและการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ภาครัฐควรให้การสนับสนุนธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์เติบโตและประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาระบบธุรกิจ การตลาด และเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพาณิชย์

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Mark (2013 : 31-48) ตรวจสอบว่าต้นทุนที่เพิ่มขึ้นยังคงนำไปสู่การขาดแคลนวัตถุดิบอย่างไร ในฐานะกลยุทธ์การจัดซื้อหลักมีการเปลี่ยนแปลงในองค์กรหรือธุรกิจต่างๆ มากมาย ทุกวันนี้เน้นไปที่เทคโนโลยี องค์กรธุรกิจหลายแห่งพยายามหาซัพพลายเออร์ที่มีศักยภาพสูงทั้งในและต่างประเทศ ทำให้เกิดกลยุทธ์การจัดซื้อใหม่ กลยุทธ์นี้ถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญ เป็นเป้าหมายหลักในการจัดซื้อจัดจ้าง Robert Trent & Handfield (2005 : 30 – 35) โดยมุ่งเน้นเรื่องการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารด้วยระบบหรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (EDI) การซื้อขายในตลาดอิเล็กทรอนิกส์ Online ได้อย่างกว้างขวางทำให้เพิ่มความสามารถในการติดต่อสื่อสารการดำเนินงานที่มีต้นทุนต่ำลง สรุปได้ว่า ช่องทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออินเทอร์เน็ต คือ การลดต้นทุนในการค้นหาแหล่งข้อมูลในการซื้อหรือขาย และสร้างความสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างภาครัฐและผู้ประกอบการ

กรอบแนวคิดที่ใช้วิจัย

ตัวแปรอิสระ (X)

1. ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการ
 - 1.1 ประเภทธุรกิจ
 - 1.2 รายได้ธุรกิจ
 - 1.3 ขนาดธุรกิจ
2. ปัจจัยด้านความพร้อมผู้ประกอบการ
 - 2.1 ความพร้อมเทคโนโลยีและอุปกรณ์
 - 2.2 ความพร้อมด้านบุคลากร
3. ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม
 - 3.1 อิทธิพลจากแวดวงธุรกิจ
 - 3.2 อิทธิพลจากผู้ซื้อสินค้า
4. ปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ
 - 4.1 ด้านเทคโนโลยี
 - 4.2 ด้านบุคลากร
 - 4.3 วิธีการจัดซื้อจัดจ้าง SME

ตัวแปรตาม (Y)

- ความสำเร็จของ SME ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ
- การเข้าร่วม และได้รับการจัดซื้อจัดจ้าง
 - การเข้าร่วม แต่ไม่ได้รับการจัดซื้อจัดจ้าง
 - การไม่เข้าร่วม

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 – 2565 จำนวน 400 แห่ง แบ่งเป็นกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้ขึ้นทะเบียนกิจการและสินค้าหรือบริการกับทางสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (THAI SME – GP) ที่อยู่ในระบบ THAI SME – GP กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยการเปิดตารางของทาโร ยามาเน่ (วัลลภ รัฐฉัตรานนท์.2562: 16-18) เท่ากับ 0.5 และที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 แห่ง จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายขั้นตอน (Multi-stage Stratified sampling) โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ เป็นคำถามแบบปลายปิด ตอนที่ 2 เกี่ยวกับตัวแปรที่มีผลต่อความสำเร็จของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ข้อคำถามเป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด และตอนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเป็นข้อคำถามปลายเปิด ทดสอบความตรงตามเนื้อหา ของแบบสอบถาม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อทดสอบความเที่ยงของแบบสอบถาม ทำการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 แห่ง เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาคที่น่าเชื่อถือได้นั้นควรมีค่าขั้นต่ำที่ 0.70 ขึ้นไปสำหรับใช้ในการวิจัย (ศรัณย์ พิพิมพ์ทอง. 2564: 151) จากนั้นกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยการประเมินแบบสอบถามดังกล่าว โดยจะใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ โดยใช้กูเกิลฟอร์ม (Google Form) และติดต่อทางโทรศัพท์ไปยังสถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกิจการ ขอเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จะทำการส่งอีเมลแบบสอบถามแต่ละรายเพื่อทำการเก็บข้อมูลต่อไป จำนวน 400 ชุด ตั้งแต่เดือน พฤษภาคม – มิถุนายน 2566

ผลการวิจัย

1. ความสำเร็จของ SMEs ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ

พบว่า จากข้อมูลผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้ขึ้นทะเบียนกิจการและสินค้าหรือบริการกับทาง สสว.เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (THAI SME – GP) ที่อยู่ในระบบ THAI SME – GP จำนวน 400 แห่ง พบว่ามีผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างและได้รับการคัดเลือก จำนวน 324 แห่ง (ร้อยละ 81.0) และไม่ได้รับการคัดเลือก จำนวน 63 แห่ง (ร้อยละ 15.8) และยังคงมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่ได้เข้าร่วม จำนวน 13 แห่ง (ร้อยละ 3.3) จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้รับการคัดเลือกในสัดส่วนที่มาก โดยส่วนใหญ่พบว่าเป็นผู้ประกอบการที่เคยยื่นเสนอราคา

กับทางภาครัฐมาก่อน แต่ก็ยังคงมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่ได้รับการคัดเลือก ซึ่งอยู่ในสัดส่วนที่ไม่มากนัก อาจจะเป็นเพราะเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ ที่ยังไม่รู้ขั้นตอนและวิธีการจัดซื้อจัดจ้างต่างๆ และยังคงมีบางส่วนที่ไม่เข้าร่วมซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อย อาจจะมาจกในเรื่องเงินทุนในการสำรองสำหรับในการดำเนินงาน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของ SME ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยทำการทดสอบสมมติฐานย่อย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจประเภทธุรกิจ กับความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยใช้สถิติไคสแควร์ จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างประเภทธุรกิจ และความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 6.729 และค่า Sig. เท่ากับ 0.35 จึงอาจกล่าวได้ว่า ประเภทธุรกิจ และความสำเร็จในการเข้าร่วมโครงการไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 1.2 ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ธุรกิจ กับความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยใช้สถิติไคสแควร์ จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ธุรกิจ และความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 131.958 และค่า Sig. เท่ากับ 0.00 จึงอาจกล่าวได้ว่า รายได้ธุรกิจ และความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ปัจจัยรายได้ธุรกิจมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการที่มีรายได้มากกว่า 1.8 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30 ล้านบาท จะได้รับการคัดเลือกมากที่สุด และรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.8 ล้านบาท ไม่ได้รับการคัดเลือกรองลงมา และรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.8 ล้านบาท ไม่เข้าร่วม จึงกล่าวได้ว่าถ้าผู้ประกอบการมีรายได้ธุรกิจที่มากขึ้นก็จะส่งผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐมากขึ้น

สมมติฐานที่ 1.3 ความสัมพันธ์ระหว่างขนาดธุรกิจ กับความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยใช้สถิติไคสแควร์ จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างขนาดธุรกิจ และความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าค่า Chi-Square เท่ากับ 25.993 และค่า Sig. เท่ากับ 0.00 จึงอาจกล่าวได้ว่า ขนาดธุรกิจและ ความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านขนาดธุรกิจมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้าง ของภาครัฐ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าส่วนใหญ่ธุรกิจขนาดกลางจะได้รับการคัดเลือกมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมที่ ได้รับการคัดเลือก แต่ในขณะที่บางส่วนยังคงมีธุรกิจขนาดย่อมที่ไม่ได้รับการคัดเลือก รองลงมาคือ กลุ่มธุรกิจ

ขนาดกลาง และยังคงมีส่วนน้อยที่กลุ่มธุรกิจขนาดย่อมไม่เข้าร่วม รวมทั้งส่วนที่น้อยที่สุด คือ ธุรกิจขนาดกลางที่ไม่เข้าร่วมจึงกล่าวได้ว่าถ้าผู้ประกอบการมีขนาดธุรกิจที่เปลี่ยนไป คือ ธุรกิจขนาดกลาง

สมมติฐานที่ 2 ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการที่ต่างกันจะมีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยใช้สถิติไคสแควร์ จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ และ ความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 พบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 204.525 และค่า Sig. เท่ากับ 0.00 จึงอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ และ ความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี ซอฟแวร์ รวมไปถึงบุคลากร ส่วนใหญ่จะได้รับการคัดเลือกมากและในส่วนที่ไม่ได้รับการคัดเลือกจะอยู่ในส่วนปานกลาง ในขณะที่ส่วนน้อยจะไม่เข้าร่วม หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมด้านปัจจัยความพร้อมของผู้ประกอบการมากขึ้น จะมีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐมากขึ้น

สมมติฐานที่ 3 ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมที่ต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่า จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 2.181 และค่า Sig. เท่ากับ 0.702 จึงอาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมและความสำเร็จในการเข้าร่วมโครงการ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 4 ด้านการสนับสนุนของรัฐ ที่ต่างกัน มีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ โดยใช้สถิติไคสแควร์ พบว่าจากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ และ ความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ด้วยสถิติ Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่า ค่า Chi-Square เท่ากับ 9.075 และค่า Sig. เท่ากับ 0.059 ปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ และ ความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐมีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐและได้รับการคัดเลือกมาก แต่ในขณะที่บางส่วนก็ไม่ได้ได้รับการคัดเลือกมากนัก และส่วนน้อยจะไม่เข้าร่วม หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้ประกอบการที่ได้รับการสนับสนุนของรัฐมากขึ้น จะมีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐมากขึ้น

ดังนั้นจึงสรุปสมมติฐานได้ว่า ลักษณะพื้นฐานของผู้ประกอบการในด้านรายได้ ขนาดธุรกิจ และด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ รวมทั้งด้านการสนับสนุนของรัฐ มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของ SMEs ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เพราะรายได้ที่มากขึ้นจะส่งผลให้ขนาดธุรกิจเปลี่ยนไป ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความพร้อมด้านเทคโนโลยี ซอฟแวร์ และบุคลากร อีกทั้งผู้ประกอบการยังได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐ จึง

ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ส่วนประเภทธุรกิจ และอิทธิพลทางสังคม ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของ SMEs ในการเข้าร่วมการจัดซื้อ จัดจ้างของภาครัฐ เนื่องเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการเดิมอยู่แล้ว และมีการยื่นเสนอราคาแต่เดิมอยู่แล้วเช่นกันด้านอิทธิพลทางสังคม มองว่าความสำเร็จดังกล่าวมาจากรายได้ธุรกิจเป็นสำคัญ เพราะถ้าผู้ประกอบการมีเงินทุนในกิจการที่ดีก็จะทำให้ธุรกิจที่ดำเนินอยู่สามารถเข้าร่วมแข่งขันการยื่นเสนอราคากับทางภาครัฐได้ ถึงแม้จะมีคู่แข่งทางธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการประเภทเดียวกันก็ตาม

สรุปและอภิปรายผล

1. ความสำเร็จของ SME ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ

จากการศึกษาความสำเร็จของ SMEs ในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐของผู้ประกอบการที่ได้ขึ้นทะเบียนกิจการ และสินค้าหรือบริการกับทาง สสว.เพื่อการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ (THAI SME – GP) ที่อยู่ในระบบ THAI SME – GP มาทำการวิเคราะห์ จำนวน 400 แห่ง พบว่า มีผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างและได้รับการคัดเลือก จำนวน 324 แห่ง (ร้อยละ 81.0) และไม่ได้รับการคัดเลือก จำนวน 63 แห่ง (ร้อยละ 15.8) และยังคงมีผู้ประกอบการบางส่วนที่ไม่ได้เข้าร่วม จำนวน 13 แห่ง (ร้อยละ 3.3) ซึ่งจะเห็นได้ว่ากลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ความสนใจในการเข้าร่วม การยื่นเสนอราคาจำนวนมาก เป็นผลมาจากการที่ทางภาครัฐมีการประกาศให้ส่วนราชการ ภูมิภาค รัฐวิสาหกิจ และส่วนท้องถิ่น รวมไปถึงส่วนราชการต่างๆ ให้ทำการจัดซื้อจัดจ้างกับกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ถึงแม้จะมีบางส่วนที่ไม่ได้รับการคัดเลือก ก็อาจจะมีสาเหตุมาจากเงินทุนในการดำเนินงานไม่เพียงพอ ขาดแคลนด้านแรงงาน และส่วนที่ไม่เข้าร่วม จะมีสาเหตุมาจากเป็นกลุ่มธุรกิจที่ไม่ได้เป็นผู้ผลิตโดยตรงทำให้ราคาที่จำหน่ายนั้น ไม่สามารถสู้ผู้ประกอบการรายอื่นได้ หรือขาดเงินทุนหมุนเวียนในโครงการ ขาดความรู้ความเข้าใจในรายละเอียดคุณลักษณะของโครงการ

1.1 สมมติฐานที่ 1

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการในด้านประเภทธุรกิจที่แตกต่างกัน **ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ** กล่าวคือ ธุรกิจประเภทขายสินค้าและให้บริการ ส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการเดิมอยู่แล้ว และมีการเข้าร่วมยื่นเสนอราคาแต่เดิมอยู่แล้วเช่นกัน จึงทำให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐและได้รับการจัดซื้อจัดจ้างมากที่สุดโดยมีจำนวนใกล้เคียงกันทั้ง 2 ประเภทธุรกิจ

ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการด้านรายได้ และขนาดธุรกิจ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ ในการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีรายได้มากกว่า 1.8 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 30 ล้านบาท จะได้รับการคัดเลือกมากที่สุด และรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.8 ล้านบาท ไม่ได้รับการคัดเลือก และรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.8 ล้านบาท ไม่เข้าร่วม จึงกล่าวได้ว่าถ้าผู้ประกอบการมีรายได้ธุรกิจที่มากขึ้น ก็จะทำให้ผู้ประกอบการมีเงินทุนไว้ใช้ในกิจการ ถ้าผู้ประกอบการมี

รายได้มากก็จะนำไปสู่การเปลี่ยนขนาดธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงจะส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินทำให้เกิดความมั่นใจในการยื่นเสนอราคาและดำเนินโครงการในภาครัฐนั้นด้วย

ดังนั้น จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา ต่ออุดม (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารการจัดการ มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs มากที่สุด และยังคงสอดคล้องกับงานของ รักพงษ์ แซ่เจริญ (2546 : 32-36) ได้ศึกษาถึง ปัจจัยและคุณสมบัติของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ผู้ประกอบการที่มีความสามารถทางด้าน 1.การจัดการ 2.ด้านการตลาด 3.การจัดการภายในองค์กร 4. การจัดการทรัพยากรบุคคล 5.การจัดการด้านการเงิน มีความสำคัญต่อการสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งให้กับ

1.2 สมมติฐานที่ 2

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ จากการวิจัยศึกษาครั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้าง SME ของภาครัฐ เป็นผู้ประกอบการที่มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์ รวมทั้งความพร้อมด้านบุคลากรมาก

ผลการศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุพาวดี สมบูรณ์กุล (2555) ได้ศึกษาเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาสนับสนุน ระบบการจัดการของ SMEs ประเภทอุตสาหกรรม ในภาคใต้ พบว่าผู้ประกอบการพบว่า ความสำเร็จของธุรกิจมาจากเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินงาน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อาทิตยา ทรศนสฤกษ์ เรื่อง แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการสู่ธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ที่ทำการศึกษาแนวทางการปรับตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ และศึกษาพฤติกรรม ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (อาทิตยา ทรศนสฤกษ์, 256 1, น. 48-49) และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ นิภาภัทร แสนอุบลและคณะเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการยื่นงบการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Filing) ของกลุ่มธุรกิจค้าส่งค้าปลีก พบว่า ความพร้อมของทรัพยากรมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการยื่นงบการเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ (E-Filing) (นิภาภัทร แสนอุบล และคณะอื่น 7, 2560, น. 1762)

1.3 สมมติฐานที่ 3

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า อิทธิพลจากแวดวงธุรกิจ และอิทธิพลจากผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ กล่าวคือ เป็นผู้ประกอบการ SME ที่ดำเนินการกิจการและเข้าร่วมยื่นเสนอราคากับทางภาครัฐแต่เดิมอยู่แล้ว ดังนั้นจึงทำให้ความได้เปรียบทางธุรกิจ และการจูงใจรวมทั้งการสร้างความสะดวกให้กับผู้ซื้อสินค้าหรือผู้รับบริการ ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐจึงทำให้ตัดสินใจเข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้าง SME ของภาครัฐมาก

ผลการศึกษาในงานวิจัยชิ้นนี้ จึงไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชวิศา พุ่มดนตรี เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (Prompt Pay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและ

ปริณทล พบว่า บุคคลที่มีอิทธิพล บุคคลที่ชื่นชอบ บุคคลที่นับถือ และบุคคลรอบตัว รวมทั้งแรงจูงใจด้านความบันเทิงที่ส่งเสริมให้เกิดความสนุกและความสุขส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (ชวิตา พุ่มตนตรี, 2559, น. 75) ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของฝนทิพย์ ฆารไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และ ไฉ จามรมาน 2555 เรื่อง คุณลักษณะส่วนบุคคลมีผลต่อความตั้งใจและพฤติกรรมเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย พบว่า บุคคลและสิ่งแวดล้อมรอบข้างมีส่วนผลักดันและกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ กับการศึกษา เรื่อง ปัจจัยที่มีผลในการใช้ระบบสารสนเทศของธุรกิจของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยการคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจ (Intention) ในการใช้งานระบบสารสนเทศของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ (ฉัตร ชูชื่น และ ศิริกุล ตูลาสมบัติ, 2561, น. 86)

1.4 สมมติฐานที่ 4

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 4 พบว่า การสนับสนุนของรัฐด้านเทคโนโลยีและอุปกรณ์ และสนับสนุนด้านบุคลากรของรัฐ รวมถึงวิธีการจัดซื้อจัดจ้างในแต่ละวิธีมีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐในการศึกษาคั้งนี้พบว่าหากผู้ประกอบการเห็นว่า ภาครัฐมีความพร้อมในการให้ข้อมูลและคำแนะนำ และมีความพร้อมให้บริการหรือสนับสนุนด้านเทคโนโลยีต่อธุรกิจที่เข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ จะมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐของผู้ประกอบการ รวมทั้งหากผู้ประกอบการเห็นว่า ภาครัฐมีบุคลากรเพียงพอในการให้บริการต่อธุรกิจที่เข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้าง และบุคลากรมีความรู้ความสามารถในการให้บริการ รวมถึงวิธีการจัดซื้อจัดจ้างในแต่ละวิธีจะมีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐของผู้ประกอบการ เช่นเดียวกัน

จึงสรุปได้ว่า ทั้ง 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการปัจจัยด้านความพร้อมของผู้ประกอบการ และปัจจัยด้านการสนับสนุนของรัฐ มีผลต่อความสำเร็จ อีกทั้งผลการศึกษายัง พบว่า ปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม และปัจจัยพื้นฐานของผู้ประกอบการด้านประเภทธุรกิจ ไม่มีผลต่อความสำเร็จในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้าง SMEs ของภาครัฐด้วย ดังนั้นภาครัฐจึงควรสร้างการรับรู้ให้กับผู้ประกอบการ และจัดอบรมสัมมนาให้ความรู้ในขั้นตอนการปฏิบัติกับผู้ประกอบการในการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างและควรมีมาตรการจูงใจให้กับผู้ประกอบการเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 ภาครัฐควรสร้างการรับรู้ให้กระจายไปยังกลุ่มผู้ประกอบการ อย่างทั่วถึง และครอบคลุมมากขึ้นโดยเน้นการสร้าง ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ที่ผู้ประกอบการจะได้รับ รวมไปถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นเมื่อผู้ประกอบการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ หรือค่าใช้จ่ายต่างๆที่จะเกิดขึ้นเมื่อเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างตลอดจนได้รับการคัดเลือก

1.2 ภาครัฐควรจัดให้มีการฝึกอบรมให้กับเจ้าหน้าที่บุคลากรที่เกี่ยวข้องในเรื่องข้อระเบียบบังคับ กฎเกณฑ์ และเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ SME ที่จะเข้าร่วมการเสนอราคากับทางภาครัฐ

2. ข้อเสนอเชิงปฏิบัติ

2.1 ภาครัฐควรสร้างการรับรู้ให้กับผู้ประกอบการจากการประชาสัมพันธ์ ซึ่งสามารถทำผ่านสื่อสังคมออนไลน์ โดยเน้นไปที่การสร้างความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ที่จะได้รับ หรือขั้นตอนในการจะเข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ เพื่อให้ผู้ประกอบการทราบถึงกระบวนการและขั้นตอนการจัดซื้อจัดจ้าง

2.2 ภาครัฐควรมีการจัดสัมมนา อบรมความรู้เกี่ยวกับขั้นตอนการปฏิบัติของการเข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ หรือการใช้ระเบียบ กฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการเข้าร่วมการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐให้แก่ผู้ประกอบการ

2.3 ภาครัฐควรมีมาตรการจูงใจผู้ประกอบการที่เข้าร่วมในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐด้วย เช่น ยกเว้นในเรื่องการยื่นหลักประกันเสนอราคาให้ผู้ประกอบการสนใจที่จะเข้าร่วมในการยื่นเสนอราคาเพิ่มมากขึ้น

2.4 ภาครัฐควรจัดให้มีบุคลากรคอยให้ข้อมูลคำแนะนำแก่ผู้ประกอบการ SME ที่จะเข้าร่วมการเสนอราคากับทางภาครัฐ รวมถึงข้อผู้ติดต่อที่ชัดเจน ในการให้ข้อมูลดังกล่าว

2.5 ภาครัฐควรมีการปรับแก้ไขกฎเกณฑ์ หรือระเบียบข้อบังคับต่างๆ เช่น การกำหนดคุณสมบัติของผู้ยื่นข้อเสนอราคา กำหนดให้ผู้ประกอบการต้องยื่นมูลค่าทุนกิจการสำหรับการยื่นเสนอนาคานั้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาคั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างไว้จำกัด ซึ่งในการศึกษาคั้งต่อไปจึงควรขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น ได้แก่ ประเภทธุรกิจอื่น ๆ ธุรกิจขนาดต่างๆ และธุรกิจที่ประกอบกิจการครอบคลุมทั่วประเทศ เนื่องจากความแตกต่างเหล่านี้จะมีผลต่อการเข้าร่วมของ SME ในการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐด้วย นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างควรเก็บข้อมูลรูปแบบอื่น เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเป็นการศึกษาข้อมูลปัญหาในบางประเด็นเพิ่มเติมจากผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

- Frese, M. (2000). *Success and failure of microbusiness owners in Africa: A psychological approach*. USA: Greenwood Publishing Group.
- Mark Cecchini. (2013). "Multintional transfer pricing: A transaction cost and resource based view". *Journal of Accounting Literature*. pp.31-48
- Robert Trent; and Robert Handfield. (2005). *Purchasing and Supply Chain Management*. 3 ed. South-Western. Mason: 30-35.

Van Horn, C. E., & Van Meter, D. S. (1977). The implementation of intergovernmental policy.

Policy studies review annual, 1(1), 97-120

กรมบัญชีกลาง. (2556). ระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์. สืบค้นจาก

<http://www.aprocedurement.go.th/newindex.html>

วรเดช จันทรศร. (2552). ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ = *An Integrated theory of public policy implementation* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ:สมาคมนักวิจัยมหาวิทยาลัยไทย.

ฉัตร ชูชื่น และ ศิริกุล ตฤาสมบัติ. (2561). ปัจจัยที่มีผลในการใช้ระบบสารสนเทศของธุรกิจเกษตรอินทรีย์ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 35(2), 77-88.

ชวีศา พุ่มดนตรี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการใช้บริการพร้อมเพย์ (PromptPay) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

นิภาภัทร แสนอุบล. (2562). อิทธิพลของนวัตกรรมการบัญชีและความได้เปรียบเชิงธุรกิจที่มีต่อการตัดสินใจลงทุนของนักลงทุนในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 8(16), 52-70.

พนทิพย์ ฆารไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ, และ ไฉ จามรมาน (2555). การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7(1), 39-50.

รุ่งนภา ต่ออุดม. (2550). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2560-2564. สืบค้นจาก

<https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=19>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2564. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=215>

สุทิน ฤทธิทอง. (2559). การสร้างนวัตกรรมองค์กรของผู้ประกอบการค้าธุรกิจอุตสาหกรรมด้านบริการในการเข้าสู่ตลาดอาเซียนระหว่าง ไทย-พม่า (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี.

อาทิตยา ทรรศนสกุล. (2561). แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรูปแบบใหม่ (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.