

บทคัดย่อ

หัวข้อวิจัย การศึกษาสภาพธุรกิจและปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้การสื่อสารการตลาดของ
ธุรกิจขนาดย่อมในเขตภาคใต้ตอนล่าง ได้แก่ สงขลา พัทลุง สตูล ตรัง
ยะลา นราธิวาส ปัตตานี

ผู้วิจัย นางสาวมีพร หาญชัยสุขสกุล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาลักษณะการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมใน
เขตจังหวัดสงขลา พัทลุง สตูล ตรัง ยะลา นราธิวาส ปัตตานี ในประเด็นที่เกี่ยวกับประเภท
ธุรกิจขนาดย่อม ลักษณะผู้ประกอบการ การนำการจัดการเข้าไปใช้ในธุรกิจขนาดย่อม (2) เพื่อศึกษา
ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมในเขตภาคใต้ตอนล่าง (3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์
ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบการ กับการส่งเสริมการตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของ
ธุรกิจกับการส่งเสริมการตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนจดทะเบียนกับการส่งเสริมการตลาด

ประชากรในการวิจัยได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในเขตภาคใต้ตอนล่าง ซึ่งจด
ทะเบียนกับกระทรวงพาณิชย์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ถึงปี พ.ศ. 2539 โดยมีทุนจดทะเบียนตั้งแต่
500,000 บาทขึ้นไป แต่ไม่เกิน 10,000,000 บาท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้จากการสุ่มอย่าง
ง่ายตามสัดส่วนของประเภทธุรกิจซึ่งประกอบด้วย การผลิต ก่อสร้าง ขายปลีกขายส่ง ภัตตาคาร
และโรงแรม บริการการเงิน บริการชุมชน จำนวน 565 ตัวอย่าง เครื่องมือในการเก็บข้อมูลคือ
แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย Chi - Square

ผลการวิจัย พบว่า ธุรกิจขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขายส่งขายปลีก ภัตตาคารและ
โรงแรม เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 26 - 35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส นับถือ
ศาสนาพุทธ มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการ เคยประกอบอาชีพรับจ้างมาก่อน และมีประสบการณ์ในการทำ
ธุรกิจมาก่อน ฐานะทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับปานกลาง เป็นผู้มีลักษณะของผู้ประกอบการ 13 ประการ
อยู่ในระดับมาก

ธุรกิจส่วนใหญ่ก่อตั้งโดยตนเอง เนื่องจากเห็นโอกาสก้าวหน้าทางธุรกิจ โดยมีรูปแบบ
ของกิจการเป็นแบบห้างหุ้นส่วน ซึ่งบริหารโดยตนเองและหุ้นส่วน ระยะเวลาในการดำเนินงานมาก
กว่า 5 ปี เงินทุนจดทะเบียน 500,000 - 2,000,000 บาท มีพนักงานน้อยกว่า 10 คน

ด้านการจัดการส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการมีการกำหนดเป้าหมายด้านความมั่นคงของ
ธุรกิจ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจในระดับมาก คือ คุณภาพของพนักงาน ปริมาณของเงินทุน
ต้นทุน คู่แข่งขัน การเมือง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี นโยบายของรัฐบาล ปัญหาด้านแรงงาน

ของธุรกิจ คือ พนักงานขาดความรับผิดชอบ วิธีการจูงใจของพนักงานคือการจ่ายโบนัส แหล่งในการจัดหาพนักงานมาจากพนักงานในองค์กรแนะนำ ภูมิลำเนาของพนักงานส่วนใหญ่คือภาคใต้ เลือกพนักงานโดยการทดลองให้ปฏิบัติงาน ธุรกิจมีการอบรมพนักงานในเรื่องการตลาด มีการให้สวัสดิการเป็นค่ารักษาพยาบาลมีการประเมินผลการทำงาน of พนักงาน โดยการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้

ด้านการผลิตส่วนใหญ่ผลิตเอง ปัจจัยที่สำคัญต่อการผลิตในระดับมากคือ วัตถุดิบ แรงงาน เทคนิคการผลิต การลดเวลาในการผลิต ปัญหาที่พบในการผลิต คือปัญหาวัตถุดิบ

ด้านการตลาด ส่วนใหญ่ ตั้งราคาผลิตภัณฑ์โดยเน้นต้นทุน มีการรับชำระเงินจากลูกค้าเป็นเงินสด วิธีการส่งเสริมการตลาดส่วนใหญ่ใช้การขายโดยบุคคล รองลงมาคือการใช้การโฆษณา และอันดับสามใช้การส่งเสริมการขาย ปัญหาด้านการตลาดคือมีธุรกิจประเภทเดียวกันในพื้นที่เดียวกัน

ด้านการเงิน ส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัวเมื่อเริ่มกิจการ ธุรกิจมีการขายเชื่อ การให้สินเชื่อพิจารณาจากค่าขายกันมานาน ระยะเวลาการให้สินเชื่อ 16 – 30 วัน ไม่มีนโยบายการให้ส่วนลดเมื่อมีการชำระหนี้ก่อนกำหนด มีการนับสินค้าคงเหลือ ปัญหาด้านการเงินคือ ไม่สามารถจัดหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ

ด้านการบัญชี ส่วนใหญ่มีการจัดทำบัญชีโดยการจ้างสำนักงานบัญชี เป็นผู้จัดทำ วิธีการจัดทำส่วนใหญ่ใช้คอมพิวเตอร์ มีการจัดทำงบการเงินในส่วนของงบกำไรขาดทุน มีการนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประโยชน์ในการประเมินภาษี ปัญหาด้านการบัญชีคือการขาดพนักงานบัญชีที่มีประสิทธิภาพ

ประเภทของธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาด โดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการขายโดยบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนเงินทุนจดทะเบียนมีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ABSTRACT

Title : A Study on Business Practices and Factors Effecting Marketing communication of SME's in Lower Southern Area of Thailand (Songkhla, Pattalung, Stoon, trang, Yala, Pattane and Narathiwad)

Researcher : Ms. Meeporn Harnchaisuksakul

The purposes of the study were :

- 1) to survey the business practices of SME's in the area of Thailand Songkhla, Pattalung, Stoon, trang, Yala, Pattane and Narathiwad concerning business catagories, enterpreurial characteristics and management patterns in their business undertakings.
- 2) to identify problems and obstacles arising in business operation in the area.
- 3) to identify the relation between marketing promotion techiques and a) education background of the entrepreneurs b) business catagories and c) registered capitals.

Populations in the study were entrepreneurs of the SME's in the area being registered with The ministry of commerce From B.E. 2535 to B.E. 2539 with the registered capital of 500,000 – 10,000,000 Baht. The samples of 565 were drawn randomly from the population basing on the Proportion of business catagories, covering manufacturing, construction, retail, wholesale, restaurant, hotel, finance and community service, questionairs were used for data gathering. The statistics used in the study were the analysis of frequencies, percentages, means, and chi – square.

The study revealed that :

The majority of SME's in the area were retailing businesses, restaurants and hotels. The entrepreneurs were males of 26 – 35 years old with first degree college education background, married and Buddhists. They managed their own businesses. Their past experiences were business employees. Their economic statuses were average, They were also at the high level of 13 enterpreurial characteristics.

Most of the SME's were establised by themselves due to the bright prospects of business opportunities in the past. They were formed under partnerships, self – managed or by partners. They have been in the business for more than 5 years with registered capital of 500,000 – 2,000,000 Baht and less than 10 employees.

About the business practices, the study revealed that.

Management patterns :

They mostly focussing on business stability. Factors effecting the business outcome at the higher level were : quality of employees amount of capital, cost of operation, competitors, politics economic condition, technology, and government policies. Problems concerning employee were being less commitment to the assignment. Measure for stimulating employees was giving bonuses. Employees were recruited through the suggestion of current employees. SME's also offered trails for new employees as well as training in marketings and subsidies for sickness expenses. Employee evaluations by pre - set standards were also practiced.

Production. Most SME's produced their own products. Factors effecting the production or at the higher level were raw materials, labour, production techniques, production time reduction. Major problem was raw materials.

Marketing. Prices were set mainly basing on cost. Cash receipts were expected. Most marketing promotion techniques were personal selling, advertising and sale promotion respectively. Major problem was the existing of competitors in the same area.

Finance. Most SME's relied on personal capital for the establishment of the business. There were credit sales basing upon their previous relation. The credit sales basing upon their previous relation. The credit period were 16 - 30 days. No discount policy for early payment. Inventory checking was also practiced. Major financial problem was insufficient source of low cost capital.

Accounting. Most SME's hired accounting. Businesses to take care of their book - keeping. Computers were widely applied. Income statements were prepaired. Accounting data were used for tax appraisal. Major problem was lack of preficient accountants.

The relation between marketing promotion techniques e.g, advertising, personal Selling and sale promotion with business catagories were statistically significant at. O1 level.

The relation between marketing promotion techniques. e.g. advertising, Sale promotion public relation with capital were statistically significant at .05 level.