

บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้การสื่อสารการตลาดของธุรกิจค้าปลีก ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในเขต จังหวัดสงขลา พัทลุง สตูล ตรัง ยะลา นราธิวาส ปัตตานี จำนวนทั้งสิ้น 565 ชุด และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 8 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นการวิเคราะห์สถานภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ด้านเพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส ศาสนา ลักษณะของผู้ประกอบการ อธิบายข้อมูล ในตารางที่ 1 ถึงตารางที่ 12

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจด้วยการเริ่มด้วย ในการรูปแบบลักษณะและการบริหารงานของธุรกิจ อธิบายข้อมูลในลักษณะแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) นำเสนอไว้ในตารางที่ 13 ถึงตารางที่ 25

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านการจัดการ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการกำหนดเป้าหมาย การผลิต ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจในปัจจุบัน ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน การจงใจ พนักงาน แหล่งในการจัดหาพนักงาน วิธีการคัดเลือกพนักงาน การให้สวัสดิการแก่พนักงาน การประเมินผลการทำงานของพนักงาน อธิบายข้อมูลในลักษณะแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) นำเสนอไว้ในตารางที่ 26 ถึงตารางที่ 39

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านการผลิต เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการประกอบการผลิต ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิต วิธีการจัดสรรวัตถุดิบ ปัญหาที่พบในการผลิต อธิบายข้อมูล ในลักษณะแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) นำเสนอไว้ในตารางที่ 40 ถึง ตารางที่ 43

ตอนที่ 5 ข้อมูลด้านการตลาด เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด วิธีการส่งเสริมการตลาด อธิบายข้อมูลในลักษณะแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) นำเสนอไว้ในตารางที่ 44 ถึงตารางที่ 64

ตอนที่ 6 ข้อมูลด้านการเงิน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแหล่งเงินทุนของธุรกิจ การให้สินเชื่อ การตรวจนับสินค้า อธิบายข้อมูลในลักษณะแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) นำเสนอไว้ในตารางที่ 65 ถึงตารางที่ 70

ตอนที่ 7 ข้อมูลด้านการบัญชี เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการจัดทำบัญชี และการนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประโยชน์ อธิบายข้อมูลในลักษณะแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) นำเสนอไว้ในตารางที่ 71 ถึงตารางที่ 76

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบการกับการส่งเสริมการตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจกับการส่งเสริมการตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนจดทะเบียนกับการส่งเสริมการตลาด ไควแควส์ ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาความสัมพันธ์ นำเสนอไว้ในตารางที่ 77 ถึงตารางที่ 79



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตามประเภทของธุรกิจขนาดย่อม

ประเภทของธุรกิจขนาดย่อม	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจการผลิต	44	7.78
ธุรกิจก่อสร้าง	144	25.49
ธุรกิจขายส่ง ขายปลีก ภัตตาคารและ โรงแรม	266	47.08
บริการการเงิน การประกันภัย อสังหาริมทรัพย์	73	12.92
บริการชุมชน บริการสังคม	38	6.73
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 1 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามประเภทของธุรกิจขนาดย่อม พบว่าส่วนใหญ่ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมประเภทธุรกิจขายส่ง ขายปลีก ภัตตาคารและ โรงแรม จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 47.08 อันดับรองลงมา ได้แก่ธุรกิจก่อสร้าง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 25.49 และอันดับสามได้แก่ ธุรกิจบริการการเงิน การประกันภัย อสังหาริมทรัพย์ จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 12.92

ตารางที่ 2 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
สงขลา	265	47.00
พัทลุง	53	9.40
สตูล	32	5.60
ยะลา	54	9.50
นราธิวาส	57	10.00
ปัตตานี	31	5.50
ตรัง	73	13.00
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 2 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามจังหวัด พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมอยู่ในจังหวัดสงขลา จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 อันดับรองลงมาได้แก่จังหวัดตรัง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และอันดับสาม ได้แก่จังหวัดนราธิวาส จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 3 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	385	68.26
หญิง	180	31.74
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 3 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามเพศ พบว่า เพศชายเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 68.26 เพศหญิงเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 31.74

ตารางที่ 4 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	43	7.61
ระหว่าง 26 – 35 ปี	240	42.48
ระหว่าง 36 – 45 ปี	199	35.22
ระหว่าง 46 – 55 ปี	70	12.39
ระหว่าง 56 – 65 ปี	12	2.12
มากกว่า 65 ปี	1	0.18
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 4 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามอายุ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่มีอายุระหว่าง 26 – 35 ปี จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 42.48 อันดับรองลงมาได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่มีอายุระหว่าง 36 – 45 ปี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 35.22 และอันดับสามได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่มีอายุระหว่าง 46 – 55 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 12.39

ตารางที่ 5 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการจำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของ	213	37.77
ผู้จัดการ	228	40.43
หุ้นส่วน	110	19.50
อื่นๆ	13	2.30
รวม	564	100.00

จากตารางที่ 5 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการ จำแนกตามตำแหน่ง พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 37.77 อันดับรองลงมาเป็นผู้จัดการ จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 40.43 และอันดับสามเป็นหุ้นส่วน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50

ตารางที่ 6 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้รับการศึกษา	2	0.36
ประถมศึกษา	31	5.56
มัธยมศึกษา	97	17.38
อนุปริญญา/เทียบเท่า	148	26.53
ปริญญาตรี	255	45.69
ปริญญาโทและสูงกว่า	25	4.48
รวม	558	100.00

จากตารางที่ 6 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 45.89 อันดับรองลงมาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่มีระดับการศึกษาในระดับอนุปริญญา/เทียบเท่า จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 26.53 อันดับสามเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมที่มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 17.38

ตารางที่ 7 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตามสถานภาพ
สมรส

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	157	27.89
สมรส	395	70.16
หย่า	5	0.88
หม้าย	6	1.07
รวม	563	100.00

จากตารางที่ 7 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามสถานภาพสมรส พบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 395 คน คิดเป็นร้อยละ 70.16 อันดับรองลงมา มีสถานภาพโสด จำนวน 157 คิดเป็นร้อยละ 27.89 อันดับสามมีสถานภาพหม้าย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.07

ตารางที่ 8 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตามศาสนา

ศาสนา	จำนวน	ร้อยละ
พุทธ	515385	91.15
คริสต์	9	1.59
อิสลาม	39	6.91
อื่นๆ	2	0.35
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 8 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามศาสนา พบว่าส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ จำนวน 515 คน คิดเป็นร้อยละ 91.15 อันดับรองลงมานับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 6.91 อันดับสามนับถือศาสนาคริสต์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 1.59

ตารางที่ 9 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตาม
การประกอบอาชีพอื่น ก่อนมาทำธุรกิจในปัจจุบัน

อาชีพที่เคยประกอบการมาก่อน	จำนวน	ร้อยละ
ค้าขาย	173	30.67
รับจ้าง	218	38.65
รับราชการ	49	8.69
กำลังศึกษา	53	9.40
ยังไม่ได้ทำอะไร	23	4.08
อื่นๆ	48	8.51
รวม	564	100.00

จากตารางที่ 9 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามการประกอบอาชีพอื่นก่อนมาทำธุรกิจในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่เคยรับจ้าง จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 38.65 อันดับรองลงมาเคยค้าขาย จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 30.67 อันดับสาม กำลังศึกษา จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 9.40

ตารางที่ 10 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตาม
ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ

ประสบการณ์ในการทำธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
เคย	306	54.45
ไม่เคย	256	45.55
รวม	562	100.00

จากตารางที่ 10 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามประสบการณ์ในการทำธุรกิจ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเคยมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ จำนวน 306 คน คิดเป็นร้อยละ 54.45 และไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 45.55

ตารางที่ 11 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตามฐานะทางเศรษฐกิจก่อนประกอบธุรกิจในปัจจุบัน

ฐานะทางเศรษฐกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ยากจน	24	4.28
ปานกลาง	495	88.24
ร่ำรวย	39	6.95
ร่ำรวยมาก	3	0.53
รวม	561	100.00

จากตารางที่ 11 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามฐานะทางเศรษฐกิจก่อนประกอบธุรกิจในปัจจุบัน พบว่า ส่วนใหญ่มีฐานะปานกลาง จำนวน 495 คน คิดเป็นร้อยละ 88.24 อันดับรองลงมาได้แก่ ฐานะร่ำรวย จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 6.95 อันดับสามได้แก่ ฐานะยากจน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.28

ตารางที่ 12 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมจำแนกตามคุณลักษณะ
ต่าง ๆ

ลักษณะของผู้ประกอบการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ
1. ความมานะอดทน	37.39	44.72	17.71	0.18	-
2. ความสามารถควบคุมอารมณ์ได้	15.23	50.18	32.80	1.61	0.18
3. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	17.50	51.25	29.82	1.43	-
4. ความมีเหตุผล	20.07	57.53	21.68	0.54	0.18
5. ความสามารถมองเห็นการณ์ไกล	21.51	51.08	25.98	1.25	0.18
6. จริยธรรมและคุณธรรมทางธุรกิจ	22.18	56.06	20.57	1.07	0.18
7. ความเชื่อมั่นในตนเอง	30.41	56.17	13.06	0.36	-
8. ความสามารถในการจัดการ	17.74	50.36	30.65	1.25	-
9. ความรับผิดชอบ	38.00	53.22	8.42	0.36	-
10. กล้าตัดสินใจ	31.66	53.13	15.03	0.18	-
11. มีมนุษยสัมพันธ์	28.04	57.85	13.93	0.18	-
12. สุขภาพดี	22.00	55.46	21.11	1.25	0.18
13. วางแผนการดำเนินการล่วงหน้า	20.65	54.35	23.55	1.45	-

จากตารางที่ 12 แสดงความถี่และร้อยละของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม จำแนกตามคุณลักษณะต่าง ๆ ส่วนใหญ่พบว่า ผู้ประกอบการมีลักษณะตามคำถามอยู่ในระดับมาก ทุกข้อ โดยมีความอดทน ความสามารถมองเห็นการณ์ไกล จริยธรรมและคุณธรรมทางธุรกิจ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความสามารถในการจัดการ ความรับผิดชอบ กล้าตัดสินใจ มีมนุษยสัมพันธ์ สุขภาพดี วางแผนการดำเนินการล่วงหน้า

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ

ตารางที่ 13 แสดงความถี่และร้อยละของระยะเวลาในการดำเนินกิจการ

ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี	41	7.28
1 – 2 ปี	156	27.71
3 – 5 ปี	180	31.97
มากกว่า 5 ปี	186	33.04
รวม	563	100.00

จากตารางที่ 13 แสดงความถี่และร้อยละของระยะเวลาในการดำเนินกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 33.04 อันดับรองลงมามีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 3 – 5 ปี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 31.97 อันดับสามมีระยะเวลาในการดำเนินกิจการ 1 – 2 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 27.71

ตารางที่ 14 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนเงินทุนจดทะเบียน

เงินทุนจดทะเบียน (บาท)	จำนวน	ร้อยละ
500,000 – 2,000,000	345	64.97
2,000,001 – 4,000,000	81	15.26
4,000,001 – 6,000,000	43	8.09
6,000,001 – 8,000,000	15	2.83
8,000,001 – 10,000,000	47	8.85
รวม	531	100.00

จากตารางที่ 14 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนเงินทุนจดทะเบียน พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เงินทุนจดทะเบียน 500,000 – 2,000,000 บาท จำนวน 345 คน คิดเป็นร้อยละ 64.97 อันดับรองลงมาใช้เงินทุนจดทะเบียน 2,000,001 – 4,000,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 15.26 อันดับสามใช้เงินทุนจดทะเบียน 8,000,001 – 10,000,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 8.09

ตารางที่ 15 แสดงความถี่และร้อยละของผู้เริ่มก่อตั้ง

ผู้เริ่มก่อตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
บิดามารดา	68	12.12
ตนเอง	247	44.03
ร่วมลงทุนกับผู้อื่น	197	35.12
อื่น ๆ	49	8.73
รวม	561	100.00

จากตารางที่ 15 แสดงความถี่และร้อยละของผู้เริ่มก่อตั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ตนเองเป็นผู้เริ่มก่อตั้ง จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 44.03 อันดับรองลงมา ร่วมลงทุนกับผู้อื่น จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 35.12 อันดับสาม บิดามารดาเป็นผู้ก่อตั้ง จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 12.12

ตารางที่ 16 แสดงความถี่และร้อยละของมูลเหตุที่ก่อตั้ง

มูลเหตุที่ก่อตั้ง	จำนวน	ร้อยละ
รับมรดกตกทอด	23	4.10
ความชอบและมีความถนัด	182	32.44
เพื่อนฝูงชักชวน	24	4.28
เห็นโอกาสก้าวหน้าทางธุรกิจ	332	59.18
รวม	561	100.00

จากตารางที่ 16 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลเหตุที่ก่อตั้ง พบว่า ส่วนใหญ่ ได้
 แก่ การเห็นโอกาสก้าวหน้าทางธุรกิจ จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 51.18 อันดับรองลงมา
 คือ ความชอบและมีความถนัด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 32.44 อันดับสามคือ เพื่อนฝูง
 ชักชวน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 4.28

ตารางที่ 17 แสดงความถี่และร้อยละของรูปแบบกิจการ

รูปแบบของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของคนเดียว	78	14.05
ห้างหุ้นส่วน	244	43.97
บริษัทจำกัด	227	40.90
อื่นๆ	6	1.08
รวม	555	100.00

จากตารางที่ 17 แสดงความถี่และร้อยละของรูปแบบกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็น
 ห้างหุ้นส่วน จำนวน 244 คน คิดเป็นร้อยละ 43.97 อันดับรองลงมาเป็นบริษัทจำกัด จำนวน
 227 คน คิดเป็นร้อยละ 40.05 อันดับสามเป็นเจ้าของคนเดียว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ
 14.05

ตารางที่ 18 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะกิจการ

ลักษณะกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ค้าปลีก	202	35.94
ค้าส่ง	36	6.41
ธุรกิจบริการ	96	17.08
ก่อสร้าง	156	27.75
ผลิตสินค้าออกจำหน่าย	27	4.80
รับจ้างทำของ	22	3.92
อื่น ๆ	23	4.10
รวม	562	100.00

จากตารางที่ 18 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นกิจการค้าปลีก จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 35.94 อันดับรองลงมาเป็นกิจการก่อสร้าง จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 อันดับสามเป็นธุรกิจบริการ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 17.08

ตารางที่ 19 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะการบริหารงาน

ลักษณะการบริหารงาน	จำนวน	ร้อยละ
ตัวเอง	185	33.04
ครอบครัว	83	14.82
ตัวเองและหุ้นส่วน	271	48.39
อื่น ๆ	21	3.75
รวม	560	100.00

จากตารางที่ 19 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะการบริหารงาน พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นการบริหารงานโดยตัวเองและหุ้นส่วน จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 48.39 อันดับรองลงมาเป็นการบริหารงานโดยตัวเอง จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 33.04 อันดับสาม เป็นการบริหารงานโดยครอบครัว จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 14.82

ตารางที่ 20 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนพนักงาน

จำนวนพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 10 คน	312	55.52
11 – 20 คน	143	25.44
21 – 30 คน	38	6.76
31 – 40 คน	19	3.38
41 – 50 คน	6	1.07
มากกว่า 50 คน	44	7.83
รวม	562	100.00

จากตารางที่ 20 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีพนักงานน้อยกว่า 10 คน จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 55.52 อันดับรองลงมา มีพนักงาน 11 – 20 คน จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 25.52 อันดับสาม มีพนักงาน 21 – 30 คน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 6.76

ตารางที่ 21 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนแผนก

จำนวนแผนก	จำนวน	ร้อยละ
0	184	34.01
1	17	3.15
2	98	18.11
3	124	22.92
4	68	12.57
5	50	9.24
รวม	541	100.00

จากตารางที่ 21 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนแผนก พบว่า ส่วนใหญ่ ไม่มีแผนก จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 34.01 รองลงมา มีแผนก 3 แผนก จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 22.92 อันดับสาม มีแผนก 2 แผนก จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 18.11

ตารางที่ 22 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนพนักงานทั้งหมด

จำนวนพนักงานทั้งหมด	จำนวน	ร้อยละ
0 – 10	344	60.88
11 – 20	125	22.12
21 – 30	44	7.79
31 – 40	14	2.48
41 – 50	11	1.95
51 – 60	7	1.24
61 ขึ้นไป	20	3.54
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 22 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนพนักงานทั้งหมด พบว่า ส่วนใหญ่มีพนักงานระหว่าง 0-10 คน จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 60.88 อันดับรองลงมา มีพนักงานระหว่าง 11-20 คน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 22.12 อันดับสามมีพนักงานระหว่าง 21-30 คน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79

ตารางที่ 23 แสดงความถี่และร้อยละของพนักงานชาย

จำนวนพนักงานชาย	จำนวน	ร้อยละ
0-10	436	77.17
11-20	74	13.10
21-30	25	4.42
31-40	12	2.12
41-50	6	1.06
51 คนขึ้นไป	12	2.13
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 23 แสดงความถี่และร้อยละของพนักงานชาย พบว่า ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานชายระหว่าง 0-10 คน จำนวน 436 คน คิดเป็นร้อยละ 77.17 อันดับรองลงมา มีจำนวนพนักงานชายระหว่าง 11-20 คน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 13.10 อันดับสาม มีจำนวนพนักงานชายระหว่าง 21-30 คน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 4.42

ตารางที่ 24 แสดงความถี่และร้อยละของพนักงานหญิง

จำนวนพนักงานหญิง	จำนวน	ร้อยละ
0 – 10	510	90.27
11 – 12	38	6.73
21 – 30	7	1.24
31 – 40	1	0.18
41 – 50	2	0.35
50 คนขึ้นไป	7	1.23
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 24 แสดงความถี่และร้อยละของพนักงานหญิง พบว่า ส่วนใหญ่มีพนักงานหญิงระหว่าง 0 – 10 คน จำนวน 510 คน คิดเป็นร้อยละ 90.27 อันดับรองลงมา มีพนักงานหญิงระหว่าง 11 – 20 คน จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 6.73 อันดับสามมีพนักงานหญิงระหว่าง 21 – 30 คน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.24

ตารางที่ 25 แสดงความถี่และร้อยละของการประกอบธุรกิจ

การประกอบธุรกิจอื่น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	404	72.53
มี	153	27.47
รวม	557	100

จากตารางที่ 25 แสดงความถี่และร้อยละของการประกอบธุรกิจอื่น พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมไม่มีการประกอบธุรกิจอื่น จำนวน 404 คน คิดเป็นร้อยละ 72.53 และผู้ประกอบการที่มีการประกอบธุรกิจอื่น จำนวน 153 คนคิดเป็นร้อยละ 27.47

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านการจัดการ

ตารางที่ 26 แสดงความถี่และร้อยละของการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ

การกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ได้กำหนดเป้าหมายธุรกิจไว้	36	6.41
กำหนดเป้าหมายกำไรสูงสุด	150	28.51
กำหนดเป้าหมายความมั่นคงของธุรกิจ	220	41.83
กำหนดเป้าหมายให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีประสิทธิภาพ	144	27.38
กำหนดเป้าหมายอื่น ๆ	12	2.28
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 26 แสดงความถี่และร้อยละของการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่มีการกำหนดเป้าหมายความมั่นคงของธุรกิจ จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 41.83 อันดับรองลงมา มีการกำหนดเป้าหมายกำไรสูงสุด จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 28.51 อันดับสาม มีการกำหนดเป้าหมายให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีประสิทธิภาพ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 27.38

ตารางที่ 27 แสดงความถี่และร้อยละของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจขนาดย่อม

ปัจจัยที่มีผลกระทบ	มากที่สุด	ค่อนข้างมาก	ค่อนข้างน้อย	น้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	
1. ทำเลที่ตั้ง	13.92	24.77	39.06	22.24	2.30
2. คุณภาพของพนักงาน	14.16	41.22	33.33	11.29	2.58
3. จำนวนพนักงาน	4.68	29.14	29.57	16.00	2.22
4. ปริมาณเงินทุน	17.74	39.96	28.57	12.73	2.63
5. แหล่งเงินทุน	15.00	40.33	30.93	13.74	2.57
6. การตั้งราคาสินค้า	7.44	37.75	40.29	14.52	2.38
7. ต้นทุนต่าง ๆ ของสินค้า	12.45	48.74	27.80	11.01	2.63
8. ช่องทางการจัดจำหน่าย	9.12	39.78	37.23	13.87	2.44
9. จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น	4.80	31.98	38.45	24.77	2.17
10. คู่แข่งขัน	19.53	55.73	18.64	6.10	2.89
11. สถานการณ์ทางการเมือง	20.07	43.94	24.60	11.39	2.73
12. ภาวะทางเศรษฐกิจ	43.67	42.96	10.87	2.50	3.28
13. กฎหมายข้อบังคับของราชการ	10.04	35.84	38.17	15.95	2.40
14. ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี	11.76	37.61	37.61	13.02	2.48
15. นโยบายของรัฐบาล	15.20	41.22	30.56	13.02	2.59
รวม					

จากตารางที่ 27 แสดงความถี่และร้อยละของปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจขนาดย่อม พบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบในระดับมาก มีคุณภาพของพนักงาน ปริมาณของเงินทุน ต้นทุนต่าง ๆ ของสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย คู่แข่งขัน สถานการณ์ทางการเมือง ภาวะทางเศรษฐกิจ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี นโยบายของรัฐบาล

ตารางที่ 28 แสดงความถี่และร้อยละของการขาดแคลนแรงงาน

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน	300	53.10
มีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน	264	46.90
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 28 แสดงความถี่และร้อยละของการขาดแคลนแรงงาน พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน จำนวน 300 คน คิดเป็นร้อยละ 53.10 และมีปัญหาการขาดแคลนแรงงาน จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 46.90

ตารางที่ 29 แสดงความถี่และร้อยละของปัญหาด้านแรงงาน

ประเด็นปัญหา	จำนวน	ร้อยละ
- ปัญหาการลาออกของพนักงาน	121	21.45
- ปัญหาคุณสมบัติของพนักงานไม่เหมาะสมกับการทำงาน	83	14.72
- ปัญหาพนักงานขาดทักษะความชำนาญงาน	113	20.24
- ปัญหาจำนวนพนักงานไม่เพียงพอขาดแคลนบ่อยครั้ง	100	17.73
- ปัญหาพนักงานที่เกี่ยวข้องขาดความสนใจงาน	86	15.25
- ปัญหาพนักงานขาดความรับผิดชอบ	137	24.29
- ปัญหาอื่น ๆ	15	2.66

จากตารางที่ 29 แสดงความถี่และร้อยละของปัญหาด้านแรงงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาพนักงานขาดความรับผิดชอบ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 24.29 อันดับรองลงมาคือปัญหาการลาออกของพนักงาน จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 21.45 อันดับสาม คือ ปัญหาพนักงานขาดทักษะความชำนาญ จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 20.24

ตารางที่ 30 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการจูงใจพนักงาน

วิธีการจูงใจ	จำนวน	ร้อยละ
การจัดสัมมนาในหน่วยงาน	85	15.29
การจัดสัมมนานอกหน่วยงาน	53	9.53
การจ่ายโบนัสประจำปี	280	50.36
การให้สวัสดิการ	406	73.02
อื่น ๆ	75	13.49

จากตารางที่ 30 แสดงความถี่และร้อยละของการจูงใจพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีการให้สวัสดิการ จำนวน 406 คน คิดเป็นร้อยละ 73.02 อันดับรองลงมา มีการจ่ายโบนัสประจำปี จำนวน 280 คน คิดเป็นร้อยละ 50.36 อันดับสาม มีการจัดสัมมนาในหน่วยงาน จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 15.29

ตารางที่ 31 แสดงความถี่และร้อยละของแหล่งในการจัดหาพนักงาน

แหล่งในการจัดหาพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ประกาศรับสมัครตามสื่อโฆษณา	186	33.51
ติดต่อสำนักจัดหางาน	61	11.00
ติดต่อจากสถาบันการศึกษา	77	13.87
พนักงานขององค์กรแนะนำ	236	42.52
อื่น ๆ	197	35.50

จากตารางที่ 31 แสดงความถี่และร้อยละของแหล่งในการจัดหาพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่ คือ พนักงานขององค์กรแนะนำ จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 42.52 อันดับรองลงมา คือ อื่น ๆ จำนวน 197 คน คิดเป็นร้อยละ 35.51 อันดับสาม คือ การประกาศรับสมัครตามสื่อโฆษณา จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 33.51

ตารางที่ 32 แสดงความถี่และร้อยละของภูมิลำเนาของพนักงาน

ภูมิลำเนาของพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
ภาคใต้	517	92.49
ภาคอื่น ๆ	42	7.51
รวม	565	100

จากตารางที่ 32 แสดงความถี่และร้อยละของภูมิลำเนาของพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่ คือ ภาคใต้ จำนวน 517 คน คิดเป็นร้อยละ 92.49 อันดับรองลงมา คือ ภาคอื่น ๆ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 7.51

ตารางที่ 33 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน

วิธีการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
สัมภาษณ์	384	68.82
สอบข้อเขียน	48	8.60
ให้ทดลองปฏิบัติงาน	405	72.68
อื่น ๆ	30	5.38

จากตารางที่ 33 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการคัดเลือกพนักงานเข้าทำงาน พบว่า ส่วนใหญ่ มีการให้ทดลองปฏิบัติงาน จำนวน 405 คน คิดเป็นร้อยละ 72.58 อันดับรองลงมา ใช้การสัมภาษณ์ จำนวน 384 คน คิดเป็นร้อยละ 68.82 อันดับสาม ใช้การสอบข้อเขียน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60

ตารางที่ 34 แสดงความถี่และร้อยละของการอบรมพนักงาน

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เคยอบรมพนักงาน	216	38.71
เคยมีการอบรมพนักงาน	342	61.29
รวม	558	100

จากตารางที่ 34 แสดงความถี่และร้อยละของการอบรมพนักงาน พบว่า เคยมีการอบรมพนักงาน จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 61.29 และไม่เคยมีการอบรมพนักงาน จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 38.71

ตารางที่ 35 แสดงความถี่และร้อยละของเรื่องที่เคยอบรมพนักงาน

เรื่องที่เคยอบรมพนักงาน	จำนวน	ร้อยละ
การจัดการทั่วไป	124	22.22
บัญชีและภาษี	130	23.30
การตลาด	132	23.66
อื่นๆ	110	19.71

จากตารางที่ 35 แสดงความถี่และร้อยละของเรื่องที่เคยอบรมพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่ คือเรื่อง การตลาด จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 23.66 อันดับรองลงมา คือ เรื่อง บัญชีและภาษี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 23.30 อันดับสามคือ เรื่องการจัดการทั่วไป จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22

ตารางที่ 36 แสดงความถี่และร้อยละของการให้สวัสดิการแก่พนักงาน

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการให้สวัสดิการแก่พนักงาน	57	10.22
มีการให้สวัสดิการแก่พนักงาน	501	89.78
รวม	558	100

จากตารางที่ 36 แสดงความถี่และร้อยละของการให้สวัสดิการแก่พนักงาน พบว่า มีการให้สวัสดิการแก่พนักงานจำนวน 501 คน คิดเป็นร้อยละ 89.78 และไม่มีการให้สวัสดิการแก่พนักงาน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 10.22

ตารางที่ 37 แสดงความถี่และร้อยละของประเภทของสวัสดิการที่ให้แก่พนักงาน

ประเภทของสวัสดิการ	จำนวน	ร้อยละ
ค่ารักษาพยาบาล	284	50.90
การตรวจร่างกายประจำปี	37	6.63
เงินช่วยเหลือบุตร	61	10.93
อาหารกลางวัน	215	38.53
เงินให้กู้ยืม	229	41.04
การให้ประกันสังคม	245	43.91
อื่นๆ	72	12.93

จากตารางที่ 37 แสดงความถี่และร้อยละของประเภทของสวัสดิการที่ให้แก่พนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการให้ค่ารักษาพยาบาล จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 50.90 รองลงมาเป็นการประกันสังคม จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 43.91 อันดับสามเป็นการให้เงินกู้ยืม จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 41.04

ตารางที่ 38 แสดงความถี่และร้อยละของการประเมินผลการทำงานของพนักงาน

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการประเมินผลการทำงาน	132	23.87
มีการประเมินผลการทำงาน	421	76.13
รวม	553	100.00

จากตารางที่ 38 แสดงความถี่และร้อยละของการประเมินผลการทำงานของพนักงาน พบว่า ส่วนใหญ่มีการประเมินผลการทำงาน จำนวน 421 คน คิดเป็นร้อยละ 76.13 และไม่มีการประเมินผลการทำงาน จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 23.87

ตารางที่ 39 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการประเมินผลการทำงานของพนักงาน

วิธีการประเมินผลการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
เปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งเอาไว้	242	43.76
เปรียบเทียบกับผลงานของพนักงานคนอื่น	215	38.88
อื่นๆ	19	3.44

จากตารางที่ 39 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการประเมินผลการทำงานของพนักงาน พบว่า มีการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งเอาไว้ จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 43.76 และมีการเปรียบเทียบกับผลงานของพนักงานคนอื่น จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 38.88

ตอนที่ 4 ข้อมูลด้านการผลิต

ตารางที่ 40 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะการผลิต

ลักษณะการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตเอง	32	55.17
ไม่ได้ผลิตเองทั้งหมดแต่ลงทุนให้รายย่อยทำการผลิต	14	24.14
รับจ้างผลิต	12	20.69
รวม	58	100

จากตารางที่ 40 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่มีการผลิตเอง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 55.17 อันดับรองลงมา คือ ไม่ได้ผลิตเองทั้งหมดแต่ลงทุนให้รายย่อยทำการผลิต จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 24.24 อันดับสาม คือ รับจ้างผลิต จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 20.69

ตารางที่ 41 แสดงความถี่และร้อยละของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิต

ปัจจัย	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย
	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	ร้อยละ	
1. วัตถุดิบ	3.33	3.33	26.66	40.00	26.66	3.83
2. แรงงาน	1.64	3.28	24.59	52.46	18.03	3.82
3. ทุน	-	1.66	21.67	55.00	21.67	3.96
4. เทคนิคการผลิต	1.69	3.39	16.95	56.93	22.03	3.93
5. อุปกรณ์และเครื่องมือการผลิต	1.69	3.40	18.84	57.63	18.84	3.88
6. การหมุนเวียนและการไหลของงาน	3.33	6.67	23.33	40.00	26.67	3.80
7. การลดเวลาในขบวนการผลิต	3.51	14.04	12.28	43.85	26.32	3.75
8. การลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์	-	5.26	19.30	42.11	33.33	4.03
9. การควบคุมคุณภาพ	1.72	-	12.07	34.49	51.72	4.34
10. การป้องกันอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน	3.39	3.39	20.33	37.29	35.59	3.98

จากตารางที่ 41 แสดงความถี่และร้อยละของปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิต พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิตในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยการควบคุมคุณภาพ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการผลิตในระดับมาก คือ วัตถุดิบ แรงงาน ทุน เทคนิคการผลิต อุปกรณ์และเครื่องมือการผลิต การหมุนเวียนและการไหลของงาน การลดเวลาในขบวนการผลิต การลดความเสียหายของผลิตภัณฑ์ การป้องกันอุบัติเหตุระหว่างปฏิบัติงาน

ตารางที่ 42 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการจัดสรรวัตถุดิบ

วิธีการจัดสรรวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
ให้แผนกที่เกี่ยวข้องดูแล	12	19.67
มีศูนย์กลางควบคุมการเบิก - จ่าย	22	36.07
จัดหามาเมื่อมีความต้องการ	24	39.34
อื่น ๆ	3	4.92
รวม	61	100.00

จากตารางที่ 42 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการจัดสรรวัตถุดิบ พบว่า ส่วนใหญ่มีการจัดหามาเมื่อมีความต้องการ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 39.34 อันดับรองลงมา มีศูนย์กลางการควบคุมการเบิก - จ่าย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 36.07 อันดับสาม มีแผนกที่เกี่ยวข้องดูแล จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 19.67

ตารางที่ 43 แสดงความถี่และร้อยละของปัญหาที่พบในการผลิต

ปัญหาที่พบในการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุดิบ	25	41.67
แรงงาน	18	30.00
ตลาด	6	10.00
การขนส่ง	5	8.93
เงินทุน	2	3.33
การสนับสนุนของรัฐ	2	3.33
อื่น ๆ	2	3.33
รวม	60	100.00

จากตารางที่ 43 แสดงความถี่และร้อยละของปัญหาที่พบในการผลิต พบว่า ส่วนใหญ่ มีปัญหาด้านวัตถุดิบ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 41.67 อันดับรองลงมา มีปัญหาด้านแรงงาน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 อันดับสาม มีปัญหาด้านการตลาด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตอนที่ 5 ข้อมูลด้านการตลาด

ตารางที่ 44 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะของธุรกิจ

ลักษณะของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ธุรกิจที่ตั้งขึ้นมาเอง	432	77.28
ธุรกิจสาขาย่อย	52	9.30
ธุรกิจที่ได้รับสิทธิทางการค้า (จากผู้ผลิตเดิม)	57	10.20
อื่นๆ	18	3.22
รวม	559	100.00

จากตารางที่ 44 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะของธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่ตั้งขึ้นเอง จำนวน 432 คน คิดเป็นร้อยละ 77.28 อันดับรองลงมา เป็นธุรกิจที่ได้รับสิทธิทางการค้า (จากผู้ผลิตเดิม) จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 10.20 อันดับสามเป็นธุรกิจสาขาย่อย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 9.30

ตารางที่ 45 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ

กลุ่มลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ซื้อที่ซื้อไปใช้เอง	460	82.59
ผู้ซื้อที่นำไปผลิตต่อ	50	8.98
ผู้ซื้อที่ซื้อไปขายต่อ	233	41.83
หน่วยงานราชการ	192	34.47
ตลาดต่างประเทศ	17	3.05
อื่นๆ	47	8.44

จากตารางที่ 45 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มลูกค้าของธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ซื้อที่ซื้อไปใช้เอง จำนวน 460 คน คิดเป็นร้อยละ 82.59 อันดับรองลงมาเป็นผู้ซื้อที่ซื้อไปขายต่อ จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 41.83 อันดับสามเป็นหน่วยงานราชการ จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 34.47

ตารางที่ 46 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะการใช้ตราสินค้าของผู้ประกอบการ

ลักษณะการใช้ตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
ใช้ตราสินค้าของตัวเอง	213	39.81
ใช้ตราสินค้าของผู้ผลิต	274	51.22
อื่น ๆ	48	8.97
รวม	535	100.00

จากตารางที่ 46 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะการใช้ตราสินค้าของผู้ประกอบการ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ตราสินค้าของผู้ผลิต จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 51.22 อันดับรองลงมาใช้ตราสินค้าของตัวเอง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 39.81

ตารางที่ 47 แสดงความถี่และร้อยละของเกณฑ์การตั้งราคาผลิตภัณฑ์

เกณฑ์การตั้งราคา	จำนวน	ร้อยละ
เน้นต้นทุนเป็นหลัก	398	72.23
เน้นความต้องการของลูกค้า	118	21.42
ตามคู่แข่งชั้น	156	28.31
ราคาที่กำหนดจากโรงงานหรือผู้ผลิต	128	23.23
อื่น ๆ	30	5.44

จากตารางที่ 47 แสดงความถี่และร้อยละของเกณฑ์การตั้งราคาผลิตภัณฑ์ พบว่า ส่วนใหญ่ เน้นต้นทุนเป็นหลัก จำนวน 398 คน คิดเป็นร้อยละ 72.23 อันดับรองลงมา ตั้งราคาตามคู่แข่งชั้น จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 28.31 อันดับสาม เป็นราคาที่กำหนดมาจากโรงงานหรือผู้ผลิต จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 23.23

ตารางที่ 48 แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะการตั้งราคา

ลักษณะการตั้งราคา	จำนวน	ร้อยละ
กำหนดราคาแบบตายตัว	76	13.72
กำหนดราคาแบบต่อรองได้	305	55.05
เพิ่มหรือลดราคาตามภาวะการแข่งขัน	173	31.23
รวม	554	100.00

จากตารางที่ 48 ที่แสดงความถี่และร้อยละของลักษณะการตั้งราคา พบว่า ส่วนใหญ่ มีการกำหนดราคาแบบต่อรองได้ จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 55.05 อันดับรองลงมา กำหนดราคาเพิ่มหรือลดราคาตามภาวะการแข่งขัน จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 31.23 อันดับสามการกำหนดราคาแบบตายตัว จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 13.72

ตารางที่ 49 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีรับชำระเงินจากลูกค้า

วิธีการรับชำระเงินจากลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
ชำระเงินสด	382	68.58
เงินเชื่อ	205	36.80
จ่ายเป็นงวด	222	39.86
ชำระโดยใช้บัตรเครดิต	59	10.60
อื่น ๆ	33	5.92

จากตารางที่ 49 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีรับชำระเงินจากลูกค้า พบว่า ส่วนใหญ่ ชำระเงินสด จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 68.58 อันดับรองลงมาจ่ายเป็นงวด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 39.86 อันดับสาม เงินเชื่อ จำนวน 205 คนคิดเป็นร้อยละ 36.80

ตารางที่ 50 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มที่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกันที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน

คู่แข่งชั้นที่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกัน ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มี	60	10.79
มีมาก	354	63.67
มีน้อย	142	25.54
รวม	556	100.00

จากตารางที่ 50 แสดงความถี่และร้อยละของกลุ่มที่เป็นธุรกิจประเภทเดียวกัน ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกัน พบว่า ส่วนใหญ่มีคู่แข่งชั้นมาก จำนวน 354 คน คิดเป็นร้อยละ 63.67 อันดับรองลงมามีคู่แข่งชั้นน้อย จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 25.54 อันดับสาม ไม่มีคู่แข่งชั้น จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 10.79

ตารางที่ 51 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

วิธีการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา	278	55.16
การส่งเสริมการขาย	268	53.17
การขายโดยบุคคล	307	60.91
การประชาสัมพันธ์	253	50.20

จากตารางที่ 51 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม พบว่า ส่วนใหญ่ ใช้การขายโดยบุคคล จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 60.91 อันดับรองลงมาใช้การโฆษณา จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 55.16 อันดับสามใช้การส่งเสริมการขาย จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 53.17

ตารางที่ 52 แสดงความถี่และร้อยละของเหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเลือกใช้การโฆษณา

เหตุผลในการเลือกใช้การโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อบอกประโยชน์ใช้สอยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์	76	27.14
เพื่ออธิบายความสามารถในการให้บริการ	100	35.71
เพื่อกระตุ้นให้มาใช้ผลิตภัณฑ์	86	30.71
เพื่อเตือนให้รู้ถึงสถานที่ที่จะซื้อสินค้า	121	43.21
อื่น ๆ	23	8.21

จากตารางที่ 52 แสดงความถี่และร้อยละของเหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเลือกใช้การโฆษณา พบว่า ส่วนใหญ่เพื่อเตือนให้รู้ถึงสถานที่ที่จะซื้อสินค้า จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 43.21 อันดับรองลงมา เพื่ออธิบายความสามารถในการให้บริการ จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 อันดับสาม เพื่อกระตุ้นให้มาใช้ผลิตภัณฑ์ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 30.71

ตารางที่ 53 แสดงความถี่และร้อยละของประเภทของสื่อโฆษณาที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมใช้

ประเภทของสื่อโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	19	6.79
หนังสือพิมพ์ระดับประเทศ	7	2.50
หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น	68	24.29
นิตยสาร	26	9.29
วิทยุ	175	62.50
การส่งจดหมายโดยตรง	53	18.93
สมุดโทรศัพท์	60	21.43
ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่	115	41.07
อินเทอร์เน็ต	7	2.50
อื่น ๆ	33	11.79

จากตารางที่ 53 แสดงความถี่และร้อยละของประเภทของสื่อโฆษณาที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมใช้ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้วิทยุ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50 อันดับรองลงมาใช้ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 41.07 อันดับสามใช้หนังสือพิมพ์ระดับท้องถิ่น จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 24.29

ตารางที่ 54 แสดงความถี่และร้อยละของการกำหนดช่วงเวลาในการโฆษณา

กำหนดช่วงเวลาในการโฆษณา	จำนวน	ร้อยละ
ใช้โฆษณาในช่วงที่ยอดขายสูง	26	10.04
ใช้โฆษณาในช่วงที่ยอดขายต่ำ	58	22.39
ใช้โฆษณาสม่ำเสมอตลอดปี	175	67.57

จากตารางที่ 54 แสดงความถี่และร้อยละของการกำหนดช่วงเวลาในการโฆษณา พบว่า ส่วนใหญ่ใช้โฆษณาสม่ำเสมอตลอดปี จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 67.57 อันดับรองลงมาใช้โฆษณาในช่วงที่ยอดขายต่ำ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 อันดับสามใช้โฆษณาในช่วงที่ยอดขายสูง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 10.04

ตารางที่ 55 แสดงความถี่และร้อยละของบุคคลที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมทำการส่งเสริมการขาย

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย
ผู้บริโภคร	247	92.16	2.87
คนกลางที่ขายสินค้าให้กับธุรกิจ	141	61.84	1.81
พนักงานขายของธุรกิจ	140	62.78	1.43

จากตารางที่ 55 แสดงความถี่และร้อยละของบุคคลที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมทำการส่งเสริมการขาย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคร จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 92.16 อันดับรองลงมาเป็นคนกลางที่ขายสินค้าให้กับธุรกิจ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 61.84 อันดับสามเป็นพนักงานขายของธุรกิจ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 62.78

ตารางที่ 56 แสดงความถี่และร้อยละของเหตุผลที่ใช้การส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม

เหตุผลที่ใช้การส่งเสริมการขาย	จำนวน	ร้อยละ
- เพื่อกระตุ้นลูกค้าใหม่ให้มีการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า	122	45.02
- เพื่อเพิ่มการทดลองใช้สินค้า	18	6.62
- เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าซื้อซ้ำ	60	21.98
- เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเข้าร้าน	149	54.58
- เพื่อสนับสนุนการซื้อเพื่อการกักตุน	2	0.74
- อื่น ๆ	7	2.57

จากตารางที่ 56 แสดงความถี่และร้อยละของเหตุผลที่ใช้การส่งเสริมการขายของ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม พบว่า เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าเข้าร้าน จำนวน 149 คน คิดเป็น ร้อยละ 54.58 อันดับรองลงมา เพื่อกระตุ้นลูกค้าใหม่ให้มีการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 45.02 อันดับสาม เพื่อสนับสนุนให้ลูกค้าซื้อซ้ำ จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 21.98

ตารางที่ 57 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งไปสู่ผู้บริโภค

วิธีการส่งเสริมการขายไปสู่ผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
1. ของแถม	96	37.21
2. ของตัวอย่าง	38	14.73
3. การใช้คู่มือ	21	8.14
4. การชิงรางวัล	16	6.20
5. แสตมป์การค้า	4	1.55
6. การลดราคา	143	55.43
7. การจัดแสดงสินค้า	56	21.71
8. การใช้จดหมายโดยตรง	42	16.28
9. การขายรวมห่อ	5	1.94
10. ของชำร่วยพิเศษ	29	11.24
11. การจัดหน้าต่างโชว์	39	15.12
12. การจัดหน้าร้าน เช่น ธงราว โคมบาย	60	23.26
13. การจัดชั้นวาง	63	24.42
14. การสาธิตการใช้สินค้า	45	17.58

จากตารางที่ 57 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งไปสู่ผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่ใช้การลดราคา จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 55.43 อันดับรองลงมาใช้ ของแถม จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 37.21 อันดับสามใช้การจัดชั้นวาง จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42

ตารางที่ 58 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง

วิธีการส่งเสริมการขายมุ่งสู่คนกลาง	จำนวน	ร้อยละ
ให้ส่วนลดการซื้อ	85	51.21
ส่วนลดสำหรับสินค้าที่ขายได้	28	16.87
การให้ส่วนลดเมื่อสต็อกสินค้าในปริมาณเดิม	6	3.64
การให้สินค้าฟรี	27	16.36
การจัดงานแสดงสินค้า	18	10.91
การสาธิต	19	11.52
การแข่งขันการขาย	36	21.82
การผ่อนปรนการชำระเงิน	46	27.88
การจัดชั้นโชว์และวัสดุขายให้ร้าน	16	9.70
อื่น ๆ	10	6.06

จากตารางที่ 58 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง พบว่า ส่วนใหญ่ให้ส่วนลดการซื้อ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 51.21 อันดับรองลงมา คือ การผ่อนปรนการชำระเงิน จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 27.88 อันดับสามให้ส่วนลดสำหรับสินค้าที่ขายได้ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 16.87

ตารางที่ 59 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการส่งเสริมการขายไปยังพนักงานขาย

วิธีการส่งเสริมการขายไปสู่พนักงานขาย	จำนวน	ร้อยละ
การให้การฝึกอบรม	86	44.79
การแข่งขันการขาย	44	22.34
การให้โบนัส	80	40.61
การจูงใจในรูปแบบสวัสดิการต่าง ๆ	55	28.06

จากตารางที่ 59 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการส่งเสริมการขายไปยังพนักงานขาย พบว่า ส่วนใหญ่ใช้การให้การฝึกอบรม จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 44.79 อันดับรองลงมาใช้การให้โบนัส จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 40.61 อันดับสามใช้การจูงใจในรูปแบบสวัสดิการต่าง ๆ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 28.06

ตารางที่ 60 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนพนักงานขาย

จำนวนพนักงานขายของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 คน	413	73.10
3 - 5 คน	114	20.17
6 - 8 คน	20	3.54
9 - 11 คน	8	1.42
12 คนขึ้นไป	10	1.77
รวม	565	100.00

จากตารางที่ 60 แสดงความถี่และร้อยละของจำนวนพนักงานขายของธุรกิจ พบว่า ส่วนใหญ่ มีจำนวนพนักงานขายน้อยกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 73.10 อันดับรองลงมา มีจำนวนพนักงานขาย 3 - 5 คน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 20.17 อันดับสามมีจำนวนพนักงานขาย 6 - 8 คน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 3.54

ตารางที่ 61 แสดงความถี่และร้อยละของการฝึกอบรมพนักงานขายของผู้ประกอบการธุรกิจ ขนาดย่อม

การฝึกอบรมพนักงานขาย	จำนวน	ร้อยละ
- มีการอบรมก่อนปฏิบัติงานขายสำหรับพนักงานขายใหม่	109	34.60
- อบรมเทคนิคการขายใหม่ ๆ แก่พนักงานขายเป็นระยะ	115	36.40

จากตารางที่ 61 แสดงความถี่และร้อยละของการฝึกอบรมพนักงานขายของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม พบว่า ส่วนใหญ่มีการอบรมเทคนิคการขายใหม่ ๆ แก่พนักงานขายเป็นระยะ จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 36.40 อันดับรองลงมา มีการอบรมก่อนปฏิบัติงานขายสำหรับพนักงานขายใหม่ จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 34.60

ตารางที่ 62 แสดงความถี่และร้อยละของหน้าที่ของพนักงานขายที่นอกเหนือจากงานขาย

หน้าที่ของพนักงานขายที่นอกเหนือจากงานขาย	จำนวน	ร้อยละ
- ส่งสินค้า	184	58.97
- วางบิล หรือใบแจ้งหนี้	138	44.23
- เก็บเงิน	178	57.05
- หาลูกค้าเพิ่ม	171	54.98
- ทำรายงานการขาย	133	42.77
- อื่น ๆ	23	7.40

จากตารางที่ 62 แสดงความถี่และร้อยละของหน้าที่ของพนักงานขายที่นอกเหนือจากงานขาย พบว่า ส่วนใหญ่ทำหน้าที่ส่งสินค้า จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 58.97 อันดับรองลงมาคือ เก็บเงิน จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 57.05 อันดับสาม หาลูกค้าเพิ่ม จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 54.98

ตารางที่ 63 แสดงความถี่และร้อยละของเหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเลือกใช้
การประชาสัมพันธ์

เหตุผลที่เลือกใช้การประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
- เมื่อเผยแพร่ธุรกิจและสินค้าให้เป็นที่รู้จักคุ้นเคยของผู้บริโภค	137	52.69
- เพื่อตอกย้ำให้ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปมีความรู้สึกที่ดีต่อ ธุรกิจและสินค้าอย่างต่อเนื่อง	82	31.54
- เพื่อเสริมความมั่นคงแข็งแกร่งในการแข่งขันทางการตลาด โดยทำให้ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปทราบความเคลื่อนไหว ของกิจการและสินค้าอย่างต่อเนื่อง	108	41.54
- อื่น ๆ	15	5.77

จากตารางที่ 63 แสดงความถี่และร้อยละของเหตุผลที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมเลือกใช้การประชาสัมพันธ์ พบว่า ส่วนใหญ่เพื่อเผยแพร่ธุรกิจและสินค้าให้เป็นที่รู้จักคุ้นเคยของผู้บริโภค จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 52.69 อันดับรองลงมาเพื่อเสริมความมั่นคงแข็งแกร่งในการแข่งขันทางการตลาดโดยทำให้ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปทราบความเคลื่อนไหวของกิจการและสินค้าอย่างต่อเนื่อง จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 41.54 อันดับสามเพื่อตอกย้ำให้ผู้บริโภคและประชาชนทั่วไปมีความรู้สึกที่ดีต่อธุรกิจและสินค้าอย่างต่อเนื่อง จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 31.54

ตารางที่ 64 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการที่ใช้ทำการประชาสัมพันธ์

วิธีการประชาสัมพันธ์	จำนวน	ร้อยละ
- การให้ข่าว	55	21.24
- การจัดทำภาพและข่าวแจก	58	22.39
- การจัดให้สัมภาษณ์ทางหนังสือพิมพ์, วิทยุ	30	11.58
- การเปิดโรงงานหรือสำนักงานให้สื่อมวลชน, กลุ่มประชาชนเข้าเยี่ยมชม	16	6.18
- การบริจาคเงินให้กับเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางศาสนา, การศึกษา, กีฬา, และสิ่งแวดล้อม	145	55.98
- การจัดงานวันครบรอบปี	14	5.40
- อื่น ๆ	35	13.51

จากตารางที่ 64 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการที่ทำการประชาสัมพันธ์ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้การบริจาคเงินให้กับเหตุการณ์ต่าง ๆ ทางศาสนา การศึกษา กีฬา และสิ่งแวดล้อม จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 55.98 อันดับรองลงมาใช้ การจัดทำภาพและข่าวแจก จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 22.39 อันดับสามใช้การให้ข่าว จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 21.24

ตอนที่ 6 ข้อมูลด้านการเงิน

ตารางที่ 65 แสดงความถี่และร้อยละของแหล่งเงินทุนของธุรกิจเมื่อเริ่มกิจการ

แหล่งเงินทุนของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1. ทุนส่วนตัว	374	67.75
2. ขายหุ้น	18	3.26
3. กู้ยืมญาติ เพื่อน	27	4.90
4. สถาบันการเงิน	305	55.25
5. กู้ยืมจากเจ้าหนี้เงินกู้	23	4.17
6. การเล่นแชร์	15	2.72
7. สินเชื่อทางการค้า	57	10.33
8. บริษัทลิซซิ่ง	8	1.45
9. อื่น ๆ	26	4.70

จากตารางที่ 65 แสดงความถี่และร้อยละของแหล่งเงินทุนของธุรกิจเมื่อเริ่มกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้ทุนส่วนตัว จำนวน 374 คนคิดเป็นร้อยละ 67.75 อันดับรองลงมา สถาบันการเงิน จำนวน 305 คน คิดเป็นร้อยละ 55.25 อันดับสาม สินเชื่อทางการค้า จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 10.33

ตารางที่ 66 แสดงความถี่และร้อยละของการขายเชื่อของกิจการ

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการขายเชื่อ	178	32.66
มีการขายเชื่อ	367	67.34
รวม	545	100.00

จากตารางที่ 66 แสดงความถี่และร้อยละของการขายเชื่อของกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่มีการขายเชื่อ จำนวน 367 คน คิดเป็นร้อยละ 67.34 ส่วนที่ไม่มีการขายเชื่อ จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 32.66

ตารางที่ 67 แสดงความถี่และร้อยละของเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาให้ลูกค้าจ่ายเงินในลักษณะเชื่อ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	จำนวน	ร้อยละ
- ค้าขายกันมานาน	210	51.85
- คู่ค้าเคยส่วนตัว	191	47.16
- ลูกค้ามีชื่อเสียง	109	26.91
- อื่น ๆ	88	21.73

จากตารางที่ 67 แสดงความถี่และร้อยละของเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาให้ลูกค้าจ่ายเงินในลักษณะเชื่อ พบว่า ส่วนใหญ่ค้าขายกันมานาน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 51.85 อันดับรองลงมาคู่ค้าเคยส่วนตัว จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.16 อันดับสามลูกค้ามีชื่อเสียง จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 26.91

ตารางที่ 68 แสดงความถี่และร้อยละของระยะเวลาในการให้สินเชื่อ

ระยะเวลาในการให้สินเชื่อ	จำนวน	ร้อยละ
ภายใน 15 วัน	44	11.17
ภายใน 16 – 30 วัน	136	34.52
ภายใน 31 – 45 วัน	92	23.35
ภายใน 46 – 60 วัน	40	10.45
ภายใน 61 – 90 วัน	27	6.95
เกินกว่า 90 วัน	55	13.96
รวม	394	100.00

จากตารางที่ 68 แสดงความถี่และร้อยละของระยะเวลาในการให้สินเชื่อ พบว่า ส่วนใหญ่ภายใน 16-30 วัน จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.52 อันดับรองลงมาภายใน 31-45 วัน คิดเป็นร้อยละ 23.35 อันดับสามเกินกว่า 90 วัน คิดเป็นร้อยละ 13.96

ตารางที่ 69 แสดงความถี่และร้อยละของนโยบายการมีส่วนร่วมลดแก่ลูกหนี้ที่ชำระหนี้ก่อนกำหนด

การมีส่วนร่วมลดจากลูกหนี้ที่ชำระหนี้ก่อนกำหนด	จำนวน	ร้อยละ
- ไม่มีนโยบาย	273	63.49
- มีการให้ส่วนลด	157	36.51
รวม	430	100.00

จากตารางที่ 69 แสดงความถี่และร้อยละของการมีส่วนร่วมลดแก่ลูกหนี้ที่ชำระหนี้ก่อนกำหนด พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีนโยบายการมีส่วนร่วมลดแก่ลูกหนี้ที่ชำระหนี้ก่อนกำหนด จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 63.49 ส่วนที่มีการให้ส่วนลดแก่ลูกหนี้ที่ชำระหนี้ก่อนกำหนด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 36.51

ตารางที่ 70 แสดงความถี่และร้อยละของการตรวจนับสินค้าคงเหลือ

การตรวจนับสินค้าคงเหลือ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือ	137	26.25
มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือ	385	73.75
รวม	522	100.00

จากตารางที่ 70 แสดงความถี่และร้อยละของการตรวจนับสินค้าคงเหลือ พบว่า ส่วนใหญ่มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือ จำนวน 385 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75 ส่วนที่ไม่มีการตรวจนับสินค้าคงเหลือ จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 26.25

ตอนที่ 7 ข้อมูลด้านการบัญชี

ตารางที่ 71 แสดงความถี่และร้อยละของการจัดทำบัญชีของกิจการ

การจัดทำบัญชีของกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำ	3	0.54
มีการจัดทำ	555	99.46
รวม	558	100.00

จากตารางที่ 71 แสดงความถี่และร้อยละของการจัดทำบัญชีของกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่มีการจัดทำ จำนวน 555 คน คิดเป็นร้อยละ 99.46 ส่วนที่ไม่มีการจัดทำ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.54

ตารางที่ 72 แสดงความถี่และร้อยละของผู้จัดทำบัญชีให้กับกิจการ

ผู้จัดทำบัญชีให้กับกิจการ	จำนวน	ร้อยละ
เจ้าของกิจการทำเอง	101	18.33
จ้างพนักงานบัญชี	208	37.75
จ้างสำนักงานบัญชี	242	43.92
รวม	551	100.00

จากตารางที่ 72 แสดงความถี่และร้อยละของผู้จัดทำบัญชีให้กับกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่จ้างสำนักงานบัญชี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 43.92 อันดับรองลงมาจ้างพนักงานบัญชี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 อันดับสาม เจ้าของกิจการทำเอง จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33

ตารางที่ 73 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการจัดทำบัญชี

วิธีการจัดทำ	จำนวน	ร้อยละ
ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์	341	65.33
ใช้มือ	181	34.67
รวม	522	100.00

จากตารางที่ 73 แสดงความถี่และร้อยละของวิธีการจัดทำบัญชี พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ จำนวน 341 คน คิดเป็นร้อยละ 65.33 ส่วนที่ใช้มือจำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67

ตารางที่ 74 แสดงความถี่และร้อยละของการจัดทำงานการเงิน

การจัดทำงานการเงิน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีการจัดทำงานการเงิน	34	6.15
มีการจัดทำงานการเงิน	519	93.85
รวม	553	100.00

จากตารางที่ 74 แสดงความถี่และร้อยละของการจัดทำงานการเงิน พบว่า ส่วนใหญ่มีการจัดทำงานการเงิน จำนวน 519 คน คิดเป็นร้อยละ 93.85 ส่วนที่ไม่มีการจัดทำงานการเงินจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 6.15

ตารางที่ 75 แสดงความถี่และร้อยละของงบการเงินที่กิจการจัดทำ

ประเภทของงบการเงินที่จัดทำ	จำนวน	ร้อยละ
งบต้นทุนการผลิต	181	32.79
งบกำไรขาดทุน	478	86.59
งบดุล	416	75.23
งบประมาณเงินสด	222	40.14

จากตารางที่ 75 แสดงความถี่และร้อยละของงบการเงินที่กิจการจัดทำ พบว่า ส่วนใหญ่จัดทำงบกำไรขาดทุน จำนวน 478 คน คิดเป็นร้อยละ 86.59 อันรับรองลงมาจัดทำงบดุล จำนวน 416 คน คิดเป็นร้อยละ 75.23 อันดับสาม จัดทำงบประมาณเงินสด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 40.14

ตารางที่ 76 แสดงความถี่และร้อยละของการนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประโยชน์

การนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
การประเมินภาษี	454	82.40
เพื่อประกอบการพิจารณาขอสินเชื่อ	122	22.24
เพื่อการวางแผนธุรกิจ	334	60.62
เพื่อการควบคุมการดำเนินงาน	312	56.62

จากตารางที่ 76 แสดงความถี่และร้อยละของการนำข้อมูลการบัญชีไปใช้ประโยชน์ ส่วนใหญ่ใช้เพื่อการประเมินภาษี จำนวน 454 คน คิดเป็นร้อยละ 82.40 อันดับรองลงมาใช้เพื่อการวางแผนธุรกิจ จำนวน 334 คน คิดเป็นร้อยละ 60.62 อันดับสามใช้เพื่อการควบคุมการดำเนินงาน จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 56.62

ตอนที่ 8 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์

ตารางที่ 77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบการกับการส่งเสริมการตลาด

ประเด็น	การส่งเสริมการตลาด		χ^2	Sig
	ไม่ใช้	ใช้		
	ร้อยละ	ร้อยละ		
การส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา - การศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษา - การศึกษาระดับอนุปริญญา - การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า	51.85 43.79 42.91	48.15 56.21 57.09	2.54	0.07
การส่งเสริมการตลาดโดยใช้การส่งเสริมการขาย - การศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษา - การศึกษาระดับอนุปริญญา - การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า	51.85 45.98 45.67	48.15 54.02 54.33	1.22	0.04
การส่งเสริมการตลาดโดยการขายโดยบุคคล - การศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษา - การศึกษาระดับอนุปริญญา - การศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่า	45.37 41.61 35.43	54.63 58.39 64.57	3.85	0.08
การส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ - การศึกษาค่ำกว่ามัธยมศึกษา - การศึกษาระดับอนุปริญญา - การศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่า	55.60 46.00 50.00	44.40 54.00 50.00	2.20	0.06

จากตารางที่ 77 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ประกอบการกับการส่งเสริมการตลาด พบว่า การส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับระดับการศึกษาของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 87 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจกับการส่งเสริมการตลาด

ประเด็น	การส่งเสริมการตลาด		χ^2	sig
	ไม่ใช้	ใช้		
	ร้อยละ	ร้อยละ		
การส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา - ธุรกิจการผลิต ก่อสร้าง - ธุรกิจขายส่ง ปศุสัตว์ ภัตตาคาร และโรงแรม - บริการการเงิน บริการชุมชน	56.52 40.00 37.63	43.48 60.00 62.37	13.20	.001
การส่งเสริมการตลาดโดยการใช้การส่งเสริมการขาย - ธุรกิจการผลิต ก่อสร้าง - ธุรกิจการส่ง ปศุสัตว์ ภัตตาคารและโรงแรม - บริการการเงิน บริการชุมชน	55.28 40.00 50.50	44.72 60.00 49.50	9.81	.007
การส่งเสริมการตลาดโดยการขายโดยบุคคล - ธุรกิจการผลิต ก่อสร้าง - ธุรกิจการส่ง ปศุสัตว์ ภัตตาคารและโรงแรม - บริการการเงิน บริการชุมชน	52.17 30.80 38.71	47.83 69.20 61.29	18.79	.001
การส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ - ธุรกิจการผลิต ก่อสร้าง - ธุรกิจการส่ง ปศุสัตว์ ภัตตาคารและโรงแรม - บริการการเงิน บริการชุมชน	45.96 50.80 53.76	54.04 49.20 46.24	1.63	.442

จากตารางที่ 78 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทของธุรกิจกับการส่งเสริมการตลาด พบว่า การส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคลมีความสัมพันธ์กับประเภทของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยจำนวนร้อยละของธุรกิจประเภทบริการการเงิน บริการชุมชนใช้การโฆษณามากที่สุด 62.37 รองลงมาคือธุรกิจขายส่ง ปศุสัตว์ ภัตตาคารและโรงแรม มีจำนวนร้อยละในการใช้การโฆษณา 60.00 ส่วนจำนวนร้อยละของธุรกิจการผลิต ก่อสร้าง ใช้การโฆษณาน้อยที่สุด คือ 43.48 ธุรกิจขายส่ง

ปลีก ภัตตาคารและโรงแรม ใช้การส่งเสริมการขายมากที่สุด 60.00 รองลงมาคือ บริการการเงิน บริการชุมชน มีจำนวนร้อยละในการใช้การส่งเสริมการขาย 49.50 ส่วนจำนวนร้อยละของธุรกิจการผลิตก่อสร้างใช้การส่งเสริมการขายน้อยที่สุด คือ 44.72 จำนวนร้อยละของธุรกิจขายส่งปลีก ภัตตาคารและโรงแรม ใช้การขายโดยบุคคลมากที่สุด คิดเป็น 69.20 รองลงมาคือ บริการการเงิน บริการชุมชน มีจำนวนร้อยละ ในการใช้การขายโดยบุคคล 61.29 ส่วนธุรกิจการผลิตก่อสร้างใช้การขายโดยบุคคลน้อยที่สุด 47.83 ส่วนการส่งเสริมการตลาดโดยการใช้การประชาสัมพันธ์ไม่มีความสัมพันธ์กับประเภทของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนจดทะเบียนกับการส่งเสริมการตลาด

ประเด็น	การส่งเสริมการตลาด		χ^2	sig
	ไม่ใช้	ใช้		
	ร้อยละ	ร้อยละ		
การส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา				
- เงินทุนตั้งแต่ห้าแสนบาท ถึง สองล้านบาท	48.87	51.13	4.70	.03
- เงินทุนตั้งแต่สองล้านบาท ถึง สิบล้านบาท	38.60	61.40		
การส่งเสริมการตลาดโดยการใช้การส่งเสริมการขาย				
- เงินทุนตั้งแต่ห้าแสนบาท ถึง สองล้านบาท	50.50	49.50	4.03	.04
- เงินทุนตั้งแต่สองล้านบาท ถึง สิบล้านบาท	40.94	59.06		
การส่งเสริมการตลาดโดยการขายโดยบุคคล				
- เงินทุนตั้งแต่ห้าแสนบาท ถึง สองล้านบาท	38.26	61.74	1.04	.74
- เงินทุนตั้งแต่สองล้านบาท ถึง สิบล้านบาท	39.77	60.23		
การส่งเสริมการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์				
- เงินทุนตั้งแต่ห้าแสนบาท ถึง สองล้านบาท	52.73	47.27	4.45	.03
- เงินทุนตั้งแต่สองล้านบาท ถึง สิบล้านบาท	42.70	57.30		

จากตารางที่ 79 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนจดทะเบียนกับการส่งเสริมการตลาด พบว่า การส่งเสริมการตลาดโดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้การประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับเงินทุนจดทะเบียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยจำนวนร้อยละของธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนตั้งแต่สองล้านถึงสิบล้านใช้การโฆษณามากที่สุด 61.40 รองลงมาคือ ธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนตั้งแต่ห้าแสนบาทถึง สองล้านบาท มีจำนวนร้อยละในการใช้การโฆษณา 51.13 จำนวนร้อยละของธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนตั้งแต่สองล้านบาทถึงสิบล้านบาท ใช้การส่งเสริมการขายมากที่สุด 59.06 รองลงมาคือ ธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนตั้งแต่ห้าแสนบาทถึงสองล้านบาท มีจำนวนร้อยละในการใช้การส่งเสริมการขาย 49.50 จำนวนร้อยละของธุรกิจที่มีเงินทุนจดทะเบียนตั้งแต่สองล้านบาทถึงสิบล้านบาทใช้การประชาสัมพันธ์มากที่สุด 57.30 รองลงมาคือ ธุรกิจที่มีเงินทุนตั้งแต่ห้าแสนบาทถึงสองล้านบาท มีร้อยละในการใช้การประชาสัมพันธ์ 47.27 ส่วนเงินทุนจดทะเบียนไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดโดยการขายโดยบุคคลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

