

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย
ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ
กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม

Key Success Factors of Thai SMEs for Entering
into the Markets of The CLMV Countries

อัศกร ปานเพชร*

Assakorn Panpetch

* นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Student of M.B.A. Program, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of
Technology Thanyaburi

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย 2) เพื่อศึกษาการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม 3) เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการที่ขึ้นเป็นรายชื่อเป็นผู้ส่งออกกับ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการที่ขึ้นเป็นรายชื่อเป็นผู้ส่งออกกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation analysis) และการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 11-15 ปี มีมูลค่าเงินลงทุน ไม่เกิน 30 ล้านบาท มีจำนวนพนักงานในธุรกิจ 1-50 คน ส่วนมากเน้นธุรกิจอยู่ในภาคการค้า-ค้าปลีก ดำเนินธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมการทำเหมืองแร่

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ได้แก่ กลยุทธ์องค์กร โครงสร้างและการแข่งขัน การดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิต อุปสงค์หรือความต้องการและรัฐบาล ตามลำดับ สำหรับกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ด้วยวิธีการส่งออกและการเลือกลงทุนโดยตรงในต่างประเทศ ด้วยเงินลงทุนของกิจการโดยกิจการเป็นเจ้าของ 100% ในระดับปานกลาง

โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ดังนี้ คือ ปัจจัยการดำเนินการหรือปัจจัยทางการผลิต อุปสงค์หรือความต้องการ เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุนรัฐบาล ตามลำดับ ปัญหาอุปสรรคในประเทศนั้นๆ มีปัญหาการเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองกฎหมายและกฎระเบียบอยู่เสมอๆ เป็นปัญหามากที่สุด มีระดับของปัญหาในระดับปานกลาง ส่วนประเด็น ในประเทศนั้นๆ มีมาตรการกีดกันการค้าที่มีใช้ภาษี (NTBs)

คำสำคัญ: ปัจจัยความสำเร็จ, ผู้ประกอบการไทย, ตลาดต่างประเทศ

Abstract

This research aimed 1) to study the key success factor of Thai SMEs entrepreneurs, 2) to study to enter into the markets of Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam or CLMV countries group, 3) to study on problems, obstacles, and suggestions. The populations used in this study were the listed export entrepreneurs in the Department of International Trade Promotion. The sample group used in this study was 400 of listed export entrepreneurs in the Department of International Trade Promotion. Convenience sampling was the method used and questionnaire was the tool for data collection. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, average and standard deviation while the researcher conducted the Correlation analysis and Multiple Regression Analysis.

It was found from the research results that most of the entrepreneurs conducted the business for 1-15 years with not more than 30 million baht of investment values and about 1 – 50 employees. Mostly, they ran the businesses in trading and retail sector, food and beverage industry sector and mining industry sector.

The factors correlated for the success of Thai SMEs entrepreneurs were the organization strategy, structure and competition, the operation or production factors, demand and government respectively. For the strategy to enter into the markets of CLMV countries, it was found that the entrepreneurs used the strategy to enter into the market of CLMV countries by exporting and direct investment overseas by 100% of investment capital from the entrepreneurs at the moderate level. The key success factors of Thai SMEs entrepreneurs with the influences in their entering into the market of CLMV countries were shown as follows:

อัศกร ปานเพชร

operational factor or production factor, demand force or opportunity related industries and supporting industries and government respectively.

Problems and obstacles are law changing, political changing and also regulations. There are some trade protections which are not NTBs.

Keywords: Key Success Factor, Thai SMEs, Markets of the CLMV countries

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อาจมีหลายคนตั้งคำถามขึ้นว่าหากโลกของเราถูกยึดครองโดยประเทศใดประเทศหนึ่งเพียงประเทศเดียว (Single Nation-State) วิชาธุรกิจระหว่างประเทศยังจะมีประโยชน์อีกต่อไปหรือไม่ กล่าวโดยย่อก็คือ トラบใดที่ในโลกยังมีความแตกต่างอยู่ไม่ว่าจะเป็นทางด้านใดก็ตาม ซึ่งในที่นี้ระบบการเมือง กฎหมายและการปกครองจะเหมือนกัน แต่ก็ยังมีความต่างกันอยู่ในแง่ของสังคมของคนต่างเชื้อชาติ และความถนัดในอุตสาหกรรม วิชาธุรกิจระหว่างประเทศก็น่าจะยังคงมีประโยชน์อยู่ต่อไป ถึงแม้ในประเทศเดียวกันเอง คนที่มาจากแต่ละภาคก็ยังมี ความแตกต่างกัน เช่น คนอเมริกันที่อาศัยอยู่ทางชายฝั่งตะวันออก (East Coast) แถวบอสตัน นิวยอร์ก วอชิงตัน ดีซี ก็จะมีความเป็นทางการสูง และนิยมที่จะทำงานในภาคธุรกิจบริการ เช่น สถาบันการเงิน หรือหน่วยงานของรัฐ เป็นต้น ส่วนคนอเมริกันที่อาศัยอยู่ทางตอนกลางของประเทศ (Central) หรือที่นิยมเรียกกันว่าตะวันตกตอนกลาง (Mid West) แถวมลรัฐวิสคอนซิน มิชิแกน โอไฮโอ ส่วนใหญ่เป็นคนที่ย้ายมาจากประเทศเยอรมนี จึงทำให้เป็นคนที่มีวินัย มีความขยันสูง และนิยมที่จะทำงานในโรงงานอุตสาหกรรม ส่วนคนที่อาศัยอยู่ทางชายฝั่งตะวันตก (West Coast) แถวมลรัฐแคลิฟอร์เนีย ผู้คนจะมีความเป็นทางการต่ำกว่าทางชายฝั่งตะวันออก และอุตสาหกรรมที่ถนัดก็เป็นพวกที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือคอมพิวเตอร์ และสำหรับคนอเมริกันที่อาศัยทางตอนใต้ของประเทศ แถวมลรัฐฟลอริดา จอร์เจียน เซาท์แคโรไลนา ผู้คนจะมีความเป็นกันเองมากกว่า และนิยมทำเกษตรกรรมมากกว่าคนแถบอื่นๆ ด้วย เป็นต้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย
2. เพื่อศึกษาการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม
3. เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการที่ขึ้นเป็นรายชื่อเป็นผู้ส่งออกกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (Department of International Trade Ministry of Commerce, THAILAND) (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2557)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือผู้ประกอบการที่ขึ้นเป็นรายชื่อเป็นผู้ส่งออกกับกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจำนวน 400 บริษัท เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชาชนที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (กัลยา วานิชย์ปัญญา, 2546, หน้า 26)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม โดยผู้วิจัยสร้างเครื่องมือจากการศึกษาเอกสาร ทฤษฎี แนวคิดต่างๆ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ รวมทั้งกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้นเพื่อศึกษาในประเด็นดังกล่าว โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

2.1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานทางทฤษฎีในการตั้งข้อคำถาม

2.2 สร้างข้อคำถามคำนึงถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการศึกษา รวมทั้งอาศัยความรู้และประสบการณ์ของผู้วิจัยเพิ่มเติมในการสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ลักษณะของแบบสอบถาม

แบบสอบถามมีส่วนประกอบที่สามารถแบ่งได้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานของผู้ตอบ ได้แก่ เข้าสู่ตลาดกลุ่มประเทศใด จำนวนปีที่ประกอบการ และจำนวนพนักงาน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านเงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต 2) ด้านเงื่อนไขด้านอุปสงค์หรือความต้องการ 3) ด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุน และ 4) ด้านบริบทของกลยุทธ์ทางธุรกิจและการแข่งขัน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ประกอบด้วย 2 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการส่งออก ได้แก่ การส่งออกทางตรง การส่งออกทางอ้อม และการส่งออกผ่านสาขาในต่างประเทศ และ 2) ด้านการลงทุนทางตรงต่างประเทศ ได้แก่ การแสวงหาทรัพยากร การแสวงหาตลาด การแสวงหาความมีประสิทธิภาพ และการแสวงหาสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเป็นการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ให้ตอบได้อย่างอิสระ หรือแสดงความคิดเห็น

3. วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

3.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรพื้นฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

3.2 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย มีความสัมพันธ์กับการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม และปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย มีอิทธิพลต่อการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการพรรณนาบรรยายสรุปเป็นประเด็นโดยใช้ทฤษฎีและประสบการณ์ผู้เชี่ยวชาญในการวิเคราะห์

ผลการศึกษา

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ สรุปผลได้ ดังนี้

- 1) ตลาดที่ผู้ประกอบการสนใจ ผู้ประกอบการสนใจตลาดในประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 25.00 เท่ากัน
- 2) จำนวนปีที่ดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 50.50 ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 11-15 ปี รองลงมาคือ ร้อยละ 27.50 เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 1-5 ปี ร้อยละ 20.00 ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 6-10 ปี และมีเพียงร้อยละ 2.00 ที่ดำเนินธุรกิจมาแล้ว 16 ปีขึ้นไป
- 3) มูลค่าเงินลงทุนในกิจการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีมูลค่าเงินลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท โดยคิดเป็นร้อยละ 60.25 รองลงมาคือ ร้อยละ 26.00 มีมูลค่าเงินลงทุนไม่เกิน 100 ล้านบาท ร้อยละ 10.75 มีมูลค่าเงินลงทุนไม่เกิน 60 ล้านบาท และมีเพียงร้อยละ 3.00 ที่มีมูลค่าเงินลงทุนไม่เกิน 200 ล้านบาท
- 4) จำนวนพนักงาน ผู้ประกอบการส่วนมากร้อยละ 69.00 มีจำนวนพนักงานในธุรกิจ 1-50 คน รองลงมาคือ ร้อยละ 25.00 มีจำนวนพนักงาน 101-200 คน ร้อยละ 5.00 มีจำนวนพนักงาน 51-100 คน และมีเพียงร้อยละ 1.00 ที่มีจำนวนพนักงาน 201 คนขึ้นไป
- 5) ลักษณะภาคธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนมากร้อยละ 44.50 ดำเนินธุรกิจอยู่ในภาคการค้า-ค้าปลีก รองลงมาคือ ร้อยละ 25.50 ดำเนินธุรกิจอยู่ในภาคการผลิต ร้อยละ 19.00 ดำเนินธุรกิจอยู่ในภาคการค้า-ค้าส่ง และร้อยละ 11.00 ดำเนินธุรกิจในการบริการตามลำดับ
- 6) ลักษณะภาคอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 28.75 ดำเนินธุรกิจในการค้าอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และอุตสาหกรรมการทำเหมืองแร่ เท่ากัน รองลงมาคือ ร้อยละ 27.75 เป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจในการค้าอุตสาหกรรมบริการ ร้อยละ 7.75 ดำเนินธุรกิจในการค้าอุตสาหกรรมเกษตร กรมป่าไม้และประมง และมีเพียงร้อยละ 7.00 ที่ดำเนินธุรกิจในการค้าอุตสาหกรรมการผลิต

1. ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย

ผลการศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยด้านต่างๆ โดยรวมเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยอยู่ในระดับมาก โดยระดับปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยมี 2 ระดับ คือ (1) ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับมาก ได้แก่ กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จสูงสุด รองลงมาคือ ปัจจัยการดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิต อุปสงค์หรือความต้องการ และรัฐบาล ตามลำดับ และ (2) ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับปานกลาง ได้แก่ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุน และเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส ตามลำดับ รายละเอียดของปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านปัจจัยการดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิต ปัจจัยการดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิตเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับมาก โดยประเด็นที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยอยู่ในระดับมากเป็นลำดับแรก คือ ประเทศที่ผู้ประกอบการจะเข้าไปลงทุน มีจำนวนแรงงานที่สามารถพัฒนาได้และมีต้นทุนค่าแรงถูกกว่าในไทย รองลงมาคือ ในประเทศนั้นๆ มีทรัพยากรทางกายภาพอุดมสมบูรณ์ดี เพื่อเอื้อต่อการได้เปรียบ เช่น แหล่งน้ำ ที่ดิน ไฟฟ้า ประปา ตามลำดับ ส่วนประเด็นที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยอยู่ในระดับปานกลางเป็นอันดับแรก คือ ในประเทศนั้นๆ มีข้อมูลพื้นฐานทางสถิติ จากหน่วยงานวิจัยตลาด หรือมหาวิทยาลัย และจากหน่วยงานราชการ รองลงมาคือ ในประเทศนั้นๆ มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี เช่น ระบบขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณสุข มีคุณภาพชีวิตที่ดี ตามลำดับ

2) ด้านอุปสงค์หรือความต้องการ อุปสงค์หรือความต้องการเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับมาก โดยประเด็นที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยอยู่ในระดับมาก 3 ลำดับแรก คือ (1) การมีอัตราการเติบโตของผลิตภัณฑ์มากในประเทศนั้นๆ แสดงว่ามีความได้เปรียบในการแข่งขันสูงโดยเฉพาะช่วงที่อุตสาหกรรมต้องการตัดสินใจที่จะลงทุน (2) ในประเทศนั้นๆ มีการคาดการณ์ล่วงหน้าความต้องการของผู้บริโภค ทำให้เกิดการพัฒนาลิขสิทธิ์อย่างต่อเนื่องและทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถแข่งขันได้ และ (3) สัดส่วน ความต้องการในประเทศนั้นๆ มีการกระตุ้นให้เกิดข้อ

ได้เปรียบในประเทศ ในอุตสาหกรรมการผลิตแบบการประหยัดโดยขนาดต่อกิจการไทย ตามลำดับ และประเด็นที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยเป็นลำดับสุดท้าย คือ ทำให้กิจการไม่มีความเข้มแข็ง ต้องกระทบกระเทือนอยู่เรื่อย ๆ ซึ่งมีระดับความเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จในระดับปานกลาง

3) ด้านอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุน อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุนเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการสูงสุด คือ ในประเทศนั้นๆ มีอุตสาหกรรมเกี่ยวข้อที่สามารถช่วยสนับสนุนให้องค์กรได้ประโยชน์ ในด้านสายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) หรือในด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้มีส่วนเกี่ยวพันกันทำให้เกิดการพัฒนา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด หรือการบริการได้ดี มีระดับ ความเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จในระดับปานกลาง ส่วนประเด็นในประเทศนั้นๆ มีการป้องกันวัตถุดิบในผลิตภัณฑ์ของกิจการให้กับอุตสาหกรรมอื่นอยู่แล้ว จึงเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันด้านต้นทุนและความรวดเร็วในการเข้าสู่ตลาดได้ก่อนคู่แข่งจากนอกประเทศ มีระดับความเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จในระดับปานกลาง

4) ด้านกลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขัน กลยุทธ์องค์กร โครงสร้าง และการแข่งขันเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับมาก โดยประเด็นที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการระดับมาก คือ กิจการมีการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และการบริหารจัดการภายในองค์กรได้สำเร็จ และเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้องค์กรเกิดความเข้มแข็ง จนสามารถเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศที่จะลงทุนได้ ส่วนประเด็นที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับปานกลาง คือ ในประเทศที่จะไปลงทุน มีการแข่งขันสูงในผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันกับของกิจการมากมาย

5) ด้านรัฐบาล รัฐบาลเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับมาก โดยประเด็นที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในระดับมาก คือ รัฐบาลในประเทศที่จะไปลงทุน มีนโยบายการส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐ ซึ่งอำนวยความสะดวก กับปัจจัยดำเนินงาน ซึ่งส่งผลบวก กับผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประเด็นที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในระดับปานกลาง คือ รัฐบาลในประเทศที่จะไป

ลงทุน มีกฎระเบียบเป็นอุปสรรค เช่น ปัญหาความจำเป็นในการให้สินบน ซึ่งส่งผลลบกับการดำเนินงานและผลิตภัณท์ของกิจการ

6) ด้านเหตุสุดวิสัยหรือโอกาส เหตุสุดวิสัยหรือโอกาสเป็นปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในระดับปานกลาง โดยประเด็นที่ว่าในประเทศนั้นๆ มีความไม่แน่นอน ที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ไม่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าได้ ซึ่งส่งผลบวกต่อผลิตภัณท์หรือกิจการ ทำให้เกิดประโยชน์ ในการแข่งขันในประเทศที่จะไปลงทุน มีระดับความเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จในระดับปานกลาง

2. การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม

การศึกษากลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ซึ่งประกอบด้วยวิธี 2 วิธี ได้แก่ (1) วิธีการส่งออก และ (2) วิธีการที่กิจการเลือกลงทุนโดยตรงในต่างประเทศด้วยเงินทุนของกิจการ โดยการเป็นเจ้าของ 100% ผลการศึกษาพบว่า โดยรวมมีการใช้กลยุทธ์ในการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตามวิธีการเข้าสู่ตลาดทั้ง 2 วิธี พบว่า

1) วิธีการส่งออก ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ด้วยวิธีการส่งออกอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจวิธีการส่งออกตามเทอมการค้าสากลและมาตรฐานทางวิชาชีพศุลกากรในระดับมาก ส่วนการใช้กลยุทธ์วิธีการส่งออกประเด็นอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การส่งออกทางตรง การส่งออกผ่านสาขาในต่างประเทศ และการส่งออกทางอ้อม

2) วิธีการที่กิจการเลือกลงทุนโดยตรงในต่างประเทศด้วยเงินทุนของกิจการ โดยการเป็นเจ้าของ 100% ผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์การเลือกลงทุนโดยตรงในต่างประเทศด้วยเงินลงทุนของกิจการโดยกิจการเป็นเจ้าของ 100% ในระดับปานกลาง

3. การศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่มีต่อการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยและกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม (Y) มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยในทุกด้าน

โดยปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่มีความสัมพันธ์กับการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม เรียงจากมากมาหาน้อย ได้แก่ ปัจจัยการดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิต (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.568) อุปสงค์หรือความต้องการ (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.528) เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.502) อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.492) กลยุทธ์โครงการ โครงสร้าง และการแข่งขัน (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.409) และรัฐบาล (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.409) ตามลำดับ

เนื่องจากพบว่าปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยและการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม มีความสัมพันธ์กัน จึงทำการวิเคราะห์ว่าปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยด้านใดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุ ผลการศึกษาได้สมการถดถอยแสดงความผันแปรของการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม เป็นดังนี้

$$Y = -0.772 + 0.356X_1 + 0.268X_2 + 0.304X_3 + 0.175X_5 + 0.080X_6$$

เมื่อ	X1	คือ	ปัจจัยการดำเนินการหรือปัจจัยทางการผลิต
	X2	คือ	เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส
	X3	คือ	อุปสงค์หรือความต้องการ
	X5	คือ	อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน
	X6	คือ	รัฐบาล
	Y	คือ	การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม

อภิปรายผล

จากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนมากดำเนินธุรกิจมาแล้ว 11 – 15 ปี มีมูลค่าเงินลงทุนไม่เกิน 30 ล้านบาท มีจำนวนพนักงานในธุรกิจ 1-50 คน ดำเนินธุรกิจอยู่ในภาคการค้า – ค้าปลีก ดำเนินธุรกิจในภาคอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มและอุตสาหกรรมการทำเหมืองแร่ และผู้ประกอบการสนใจตลาดในประเทศกัมพูชา ลาว เวียดนาม และเวียดนาม ในสัดส่วนที่เท่ากัน สอดคล้องกับข้อมูลประเทศกัมพูชา (สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2560) พบว่า กัมพูชาเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งทางด้านเกษตรประมง เหมืองแร่ แก๊สธรรมชาติและน้ำมัน มีสินค้าที่นำเข้าสำคัญ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์น้ำมันเชื้อเพลิงสำเร็จรูป อาหารและเครื่องดื่ม ผ้าฝ้าย รถจักรยานยนต์ และส่วนประกอบรถยนต์อุปกรณ์และส่วนประกอบ ปูนซีเมนต์ เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง สบู่ และผลิตภัณฑ์รักษาผิว น้ำตาลทราย และผลิตภัณฑ์ยาง สอดคล้องกับข้อมูลประเทศลาว เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ พบว่า ลาวเป็นประเทศที่มีทรัพยากรต่างๆ เช่น ไม้ ข้าว ข้าวโพด เหล็ก ถ่านหิน ทองคำ ทองแดง และแหล่งน้ำผลิตไฟฟ้า มีสินค้าที่นำเข้าสำคัญ ได้แก่ น้ำมันเชื้อเพลิงและแก๊สหุงต้ม วัสดุใช้ในการตัดเย็บ ยานพาหนะ และชิ้นส่วน วัตถุดิบใช้ในอุตสาหกรรม วัสดุก่อสร้าง เสบียงอาหาร ไฟฟ้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องมือการเกษตร เครื่องใช้ไฟฟ้า สอดคล้องกับข้อมูลประเทศเวียดนาม พบว่า เวียดนามเป็นประเทศที่มีทรัพยากรต่างๆ เช่น น้ำมัน แก๊สธรรมชาติ อัญมณี เหล็ก ดีบุก ไม้ และธัญพืช มีสินค้าที่นำเข้าสำคัญ ได้แก่ เครื่องจักรและอุปกรณ์ขนส่งที่ไม่ใช้ไฟฟ้า และใช้ไฟฟ้า สิ่งทอ น้ำมัน เพื่อการบริโภค และสอดคล้องกับข้อมูลประเทศเวียดนาม พบว่า เวียดนามเป็นประเทศที่มีทรัพยากรต่างๆ เช่น ถ่านหิน แร่ฟอสเฟต แมงกานีส น้ำมันดิบ มีสินค้าที่นำเข้าสำคัญ ได้แก่ เครื่องจักร เครื่องมือและอุปกรณ์ เครื่องคอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์และชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม โทรศัพท์มือถือและชิ้นส่วน ผ้าฝ้าย เนื่องจากกลุ่มประเทศเหล่านี้มีทรัพยากรธรรมชาติที่ยังสมบูรณ์ เช่น แร่ต่างๆ จึงเป็นตลาดที่นำลงทุนในอุตสาหกรรมเมืองแร่ของผู้ประกอบการ อีกทั้งยังเป็นประเทศที่ยังต้องนำเข้าสินค้าอุปโภค-บริโภค เช่น อาหาร เครื่องดื่มเครื่องนุ่งห่ม จึงทำให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยและกลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม และการวิเคราะห์ว่าปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยด้านใดที่มีอิทธิพลต่อการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ด้วยวิเคราะห์การถดถอยพหุ ให้ผลที่สอดคล้องกันนั่นคือ ปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยทุกด้านมีอิทธิพลต่อการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ โดยปัจจัยที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ มากเป็นอันดับแรก คือ ปัจจัยการดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิต รองลงมา ได้แก่ อุปสงค์หรือความต้องการ เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุน กลยุทธ์โครงการ โครงสร้าง และการแข่งขัน และรัฐบาล ตามลำดับ ซึ่งบางส่วนของผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ อชินี รุญเจริญ (2551) ที่ศึกษาปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกวิธีการลงทุนและสัดส่วนของการถือครองในธุรกิจระหว่างประเทศ กรณีศึกษาธุรกิจยาสัตว์ในเวียดนาม โดยทำการศึกษาถึงระดับของปัจจัยเสี่ยงจากปัจจัยเสี่ยงในการลงทุนที่ผู้บริหารของบริษัทได้รับ เป็นการศึกษาถึงความเสี่ยงที่มีในประเทศที่ลงทุนทั้งหมด 10 ปัจจัย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อ การเลือกวิธีการลงทุนของผู้บริหารในธุรกิจยาสัตว์ในเวียดนามอย่างมีนัยสำคัญคือ ความเสี่ยงในการเป็นเจ้าของ ความเสี่ยงในการดำเนินงานและความต้องการของตลาด ปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจของผู้บริหารในสัดส่วนการถือครองของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญคือ ปัจจัยเสี่ยงด้านการเมืองและความต้องการของตลาด โดยจะมีการลงทุนลดลงหากมีแนวโน้มการล่งละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญาสูงขึ้นในเวียดนาม รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานของเวียดนามยังไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานให้มีความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ แต่การเพิ่มขึ้นของการบริโภคเนื้อจะส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจลงทุนเชิงบวก ปัจจัยความเสี่ยงด้านการเมืองส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจในสัดส่วนการถือครองธุรกิจ และวิธีการลงทุนที่ผู้ประกอบการในปัจจุบันแนะนำเพื่อลงทุนคือ การนำเข้าเพื่อขายผ่านบริษัทผู้แทนจำหน่าย

เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส ประเด็นที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการระดับปานกลาง คือ ในประเทศนั้นๆ มีความไม่แน่นอนที่จะเกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ไม่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าได้ ซึ่งส่งผลบวก ต่อผลิตภัณฑ์หรือกิจการ ทำให้เกิดประโยชน์ ในการ

แข่งขันในประเทศที่จะไปลงทุน สอดคล้องกับ Michael E. Porter (อ้างถึงใน สมชนก (คัมพันธ์) ภาสกรจรัส, 2559) ที่กล่าวว่า ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการแข่งขันอาจเป็นผลมาจากโอกาสที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ความต้องการในต่างประเทศและสงคราม

อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุน ประเด็นที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ คือ ในประเทศนั้นๆ มีอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องที่สามารถช่วยสนับสนุนให้องค์กรได้ประโยชน์ ในด้านสายโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) หรือในด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้มีส่วนเกื้อหนุนกันทำให้เกิดการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด หรือการบริการได้ดี สอดคล้องกับ Michael E. Porter (อ้างถึงใน สมชนก (คัมพันธ์) ภาสกรจรัส, 2559) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง และอุตสาหกรรมสนับสนุนจะส่งผลให้อุตสาหกรรมหลักนั้นมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมสนับสนุนก็มีส่วนช่วยส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันเช่นกัน

กลยุทธ์โครงการ โครงสร้าง และการแข่งขัน ประเด็นที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการระดับมาก คือ กิจการมีการกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ และการบริหารจัดการภายในองค์กรได้สำเร็จ และเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้องค์กรเกิดความเข้มแข็ง จนสามารถเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศที่จะลงทุนได้ สอดคล้องกับ Michael E. Porter (อ้างถึงใน สมชนก (คัมพันธ์) ภาสกรจรัส, 2559) ที่กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศก็มีส่วนมาจากความสำเร็จของธุรกิจในการกำหนดเป้าหมาย กลยุทธ์ และการบริหารจัดการภายในองค์กร จนส่งผลให้อุตสาหกรรมมีการแข่งขันเหนืออุตสาหกรรมอื่น และการแข่งขันก็ยังมีส่วนกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และเป็นแรงจูงใจให้ขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศอีกด้วย

รัฐบาล ประเด็นที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในระดับมาก คือ รัฐบาลในประเทศที่จะไปลงทุน มีนโยบายการส่งเสริมการลงทุนจากภาครัฐ ซึ่งอำนวยความสะดวก กับปัจจัยดำเนินงาน ซึ่งส่งผลบวกกับผลิตภัณฑ์ของกิจการ สอดคล้องกับพอร์เตอร์ (Michael E. Porter อ้างถึงใน สมชนก (คัมพันธ์) ภาสกรจรัส, 2559) กล่าวว่า บทบาทของภาครัฐและโอกาส เป็นปัจจัยรองที่ช่วยส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยภาครัฐและ

โอกาสนี้ส่งผลให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้นหรือแย่ลงก็ได้ รัฐบาลอาจมีนโยบายเศรษฐกิจที่จะกระตุ้นให้ภาคอุตสาหกรรมพัฒนาไปสู่ระดับที่สูงขึ้น หรือสร้างบรรยากาศที่ดีในการลงทุน

ผลการศึกษาปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะของการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม พบว่า มีปัญหาการเปลี่ยนแปลง ด้านการเมือง กฎหมาย และกฎระเบียบอยู่เสมอๆ เป็นปัญหามากที่สุด รองลงมาคือ ในประเทศนั้นๆ มีมาตรการกีดกันการค้าที่มีใช้ภาษี (NTBs) พบว่า ในการดำเนินธุรกิจส่งออกของผู้ประกอบการมักพบปัญหาและปัญหาด้านสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมาย รัฐบาล การเงิน และข้อมูล สิ่งเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการส่งออกของ SMEs ในประเทศจอร์แดน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม และหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับประเด็น ดังต่อไปนี้

1) หน่วยงานภาครัฐ ควรให้ความรู้ความเข้าใจวิธีการส่งออกตามทอมาตรการค้าสากลและมาตรการทางภาษีศุลกากร เช่น ความรู้ความเข้าใจในภาษีศุลกากรมาตรการ การยกเว้นภาษี และข้อกำหนดแหล่งกำเนิดสินค้าในกลุ่มประเทศที่ผู้ประกอบการสนใจลงทุน โดยอาจจะนำเสนอรูปเอกสารที่สืบค้นได้จากทางเว็บไซต์ หนังสือ หรือคู่มือ เพื่อให้ผู้ประกอบการได้ทราบถึงสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การเมืองและกฎหมาย อาทิ การมีเสถียรภาพของรัฐบาล ความมั่นคงทางการเมือง การเปลี่ยนแปลงกฎหมายในประเทศที่จะไปลงทุน ตลอดจนแนวทางและข้อกำหนดทางกฎหมายของรัฐบาลไทย

2) ผู้ประกอบการควรศึกษาปัจจัยการดำเนินงานหรือปัจจัยทางการผลิตในประเทศที่ต้องการไปลงทุน เพื่อให้เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไทย เช่น ประเทศที่จะเข้าไปลงทุน มีจำนวนแรงงานที่สามารถพัฒนาได้ มีต้นทุนค่าแรงถูกกว่าในไทย และมีทรัพยากรทางกายภาพอุดมสมบูรณ์ดี เช่น แหล่งน้ำ ที่ดิน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น

3) ผู้ประกอบการควรศึกษาอุปสงค์หรือความต้องการของประเทศที่ต้องการลงทุน เช่น สินค้าที่ตลาดเป้าหมายต้องการ ปริมาณความต้องการ ช่วงของราคาสินค้าที่ต้องการ เป็นต้น

4) ผู้ประกอบการควรศึกษาโอกาสที่เกิดเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ความต้องการในต่างประเทศและสงคราม ในกลุ่มตลาดเป้าหมาย เพื่อใช้ในการตัดสินใจในการลงทุน หรือการวางกลยุทธ์เพื่อทำธุรกิจ

5) ผู้ประกอบการควรศึกษาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องและอุตสาหกรรมสนับสนุนในประเทศตลาดเป้าหมาย เพื่อพิจารณาว่าในประเทศนั้นๆ มีอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องที่สามารถช่วยสนับสนุนให้องค์กรได้ประโยชน์ ในด้านสายโซ่แห่งคุณค่าหรือในด้านผลิตภัณฑ์ ทำให้มีส่วนเกี่ยวเนื่องกันทำให้เกิดการพัฒนา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการผลิต การจัดจำหน่าย การตลาด หรือการบริการได้ดี เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1) การวิจัยครั้งนี้พบว่า ตัวแปรต่างๆ ประกอบด้วย ตัวแปรปัจจัยการดำเนินการหรือปัจจัยทางการผลิต เหตุสุกวิสัยหรือโอกาสอุปสงค์หรือความต้องการ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและอุตสาหกรรมสนับสนุน และรัฐบาล สามารถอธิบายความผันแปรของการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ได้ร้อยละ 56.7 แสดงว่ามีตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่ยังสามารถอธิบายความผันแปรของการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนามได้ ดังนั้น การทำวิจัยครั้งต่อไปนั้น สามารถค้นหาปัจจัยอื่นๆ สำหรับใช้ในการอธิบายความผันแปรของการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม เพื่อให้ตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเข้าสู่ตลาดของกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม ที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2) ควรศึกษาอุปสงค์หรือความต้องการของประเทศที่ต้องการลงทุน ทั้งความต้องการในส่วนของภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคอุตสาหกรรม หรือความต้องการของประชาชนในตลาดเป้าหมาย

3) ควรศึกษากลยุทธ์โครงการ โครงสร้าง และการแข่งขันที่เอื้อต่อประโยชน์ต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการในการลงทุน เช่น การกำหนดเป้าหมายกลยุทธ์ การบริหารจัดการภายในองค์กร เพื่อทำให้องค์กรเกิดความเข้มแข็ง จนสามารถเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศที่จะลงทุนได้

รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2557). *ชื่อผู้ประกอบการค้าระหว่างประเทศ*. วันที่ค้นข้อมูล 11 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.ditp.go.th>
- สมชนก (คุ้มพันธ์) ภาสกรจรัส. (2559). *หลักการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.
- สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (2560). *ผู้ประกอบการอุตสาหกรรม*. วันที่ค้นข้อมูล 11 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.fti.or.th/th>
- อชิณี รุญเจริญ. (2551). *ปัจจัยเสี่ยงที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกวิธีการลงทุนและสัดส่วนของการถือครองในธุรกิจระหว่างประเทศ กรณีศึกษาธุรกิจยาสัตว์ในเวียดนาม*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
-