

บทที่ 1

บทนำ

1.1 บทนำ

ในบทแรกนี้จะกล่าวถึงประเด็นสำคัญที่นำไปสู่การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจอะไหล่ยนต์ เขตภาคเหนือ ซึ่งเนื้อหาในบทนี้ประกอบไปด้วย 1) ที่มาและความสำคัญของปัญหา 2) วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย 4) นิยามคำศัพท์ 5) ขอบเขตของการวิจัย และ 6) โครงสร้างของเอกสารงานวิจัย

1.2 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและย่อม (SME : Small and Medium Enterprise) มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยและมีส่วนในการกระจายความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาคซึ่งเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากขึ้นสำหรับสัดส่วนการจ้างงานของวิสาหกิจรายย่อยเมื่อเทียบกับการจ้างงานทั้งหมดนั้นเป็นสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก แต่หากพิจารณาด้วยอัตราการสร้างงาน (Job Creation Rate) ในหลายๆ ประเทศ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดาหรือสหราชอาณาจักร จะพบว่าความสำคัญของวิสาหกิจขนาดย่อมมีอัตราการสร้างงานที่สูงกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,2552)

ตารางที่ 1.1 เกณฑ์การกำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม

ลักษณะวิสาหกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26-50	ไม่เกิน 50	51-100
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16-30	ไม่เกิน 30	31-60
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51-200	ไม่เกิน 50	51-200

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2544)

จากตารางที่ 1.1 แสดงรายละเอียดเกณฑ์กำหนดความเป็นวิสาหกิจขนาดกลางหรือวิสาหกิจขนาดย่อมจำแนกตามลักษณะของกิจการ ตามที่กฎกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม,2552)

1.2.1 ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

ความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและวิสาหกิจขนาดย่อม ต่อเศรษฐกิจและสังคมไทย นั้นคือเป็นกิจการที่สร้างมูลค่าแก่ระบบเศรษฐกิจอย่างมหาศาลทั้งในแง่การสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้างงาน และการสร้างรายได้ กล่าวคือ บทบาทที่หลากหลายของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม เป็นได้ทั้งผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้าและผู้ให้บริการ และนับเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ทั้งในด้านการสร้างสรรค์และอำนวยความสะดวกต่อเศรษฐกิจอย่างแท้จริง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม,2552) โดยบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยประเทศมีอย่างน้อย 4 ด้าน ดังนี้(คณะกรรมการพัฒนาการอุตสาหกรรม สำนักคณะกรรมการกฤษฎีกา ,2544)

1. การสร้างงานใหม่และเพิ่มการแข่งขันในตลาดวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย ใช้เงินทุนไม่สูงและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการลงทุนในวิสาหกิจขนาดใหญ่ ตลอดจนมีความคล่องตัวในการดำเนินการ จึงเป็นจุดกำเนิดของผู้ที่สนใจลงทุนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ โดยเฉพาะยามเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะคนที่ว่างงานสามารถหันมาเริ่มต้นกิจการส่วนตัวได้ง่าย นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมยังช่วยเพิ่มระดับการแข่งขันในตลาดมากขึ้น ลดการผูกขาด จึงส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือกในสินค้าและบริการต่างๆ มากขึ้น

2. การเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่ โดยที่วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดใหญ่ เช่น การรับช่วงการผลิต การช่วยในการจัดจำหน่ายสินค้าค้าส่งและค้าปลีกแก่ผู้บริโภค การเป็นผู้ผลิตให้กับวิสาหกิจขนาดใหญ่ หรือการทำหน้าที่ให้บริการเสริมให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด เป็นต้น

3. การรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เพราะว่าวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมมักมีความยืดหยุ่นในการบริหารกิจการ ดังนั้น ระบบเศรษฐกิจที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมที่แข็งแกร่งจำนวนมากอย่าง เช่น ได้เห็นสามารถปรับตัวได้ในช่วงวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจเอเซียปี ค.ศ.1997 ได้ดีกว่าเกาหลีใต้ซึ่งมีวิสาหกิจขนาดใหญ่เป็นวิสาหกิจหลักเป็นต้น

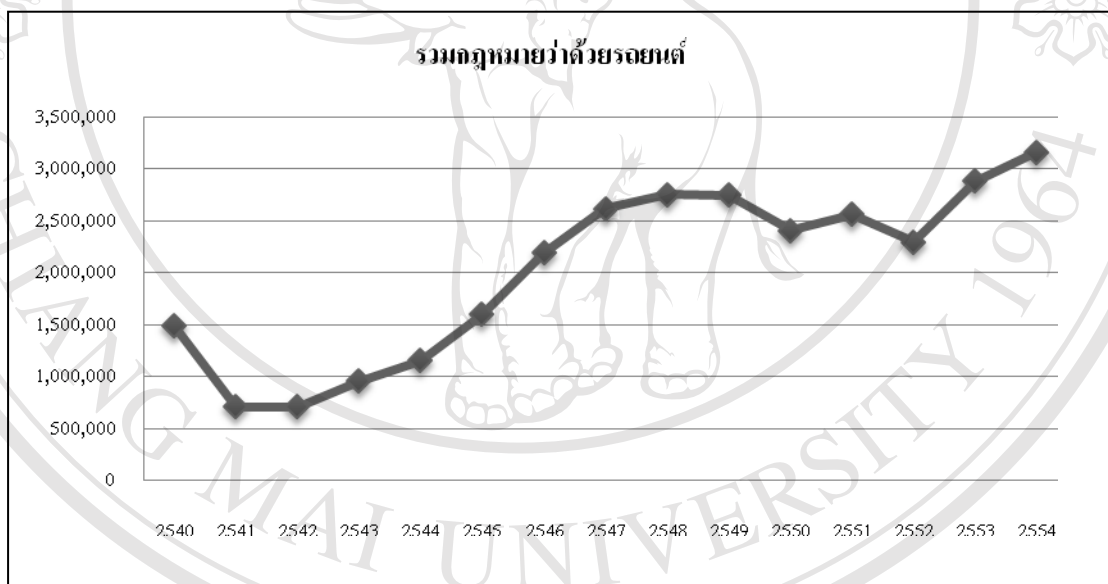
4. การกระจายการพัฒนาไปทั่วประเทศ เพราะว่ากิจการวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมตั้งกระจายไปตามชุมชนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศจึงมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของชุมชนต่าง ๆ

กิจกรรมทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2553 ที่มีจำนวนสูงสุดคือ กิจกรรมการขายส่ง ขายปลีกและซ่อมแซมยานยนต์ซึ่งมีวิสาหกิจรวมทั้งสิ้น 1,450,850 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวม 1,446,465 รายแบ่งได้เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprise: SE) สูงถึง 1,441,119 รายและวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium Enterprise: ME) จำนวน 5,346 ราย รองลงมาเป็นกิจกรรมการผลิตอุตสาหกรรม มีจำนวนกิจกรรมทั้งสิ้น 525,734 ราย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 521,521 ราย ส่วนกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีจำนวนวิสาหกิจน้อยที่สุดคือกิจกรรมประมงมีจำนวนทั้งสิ้น 411 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553)

จากข้อมูลผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยสร้างผลผลิตให้แก่ประเทศร้อยละ 37 และจ้างงานสูงเกือบร้อยละ 80 โดยในปี 2553 วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมมีส่วนสร้างรายได้ประชาชาติ (Gross Domestic Product : GDP) ให้แก่ประเทศถึงร้อยละ 37.1 ขณะที่มูลค่าส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมอยู่ที่ 1.75 ล้านล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 28.4 ของมูลค่าส่งออกรวมและ มูลค่านำเข้าอยู่ที่ 1.77 ล้านล้านบาทคิดเป็นร้อยละ 30.4 ของมูลค่านำเข้ารวม นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการจ้างงานของประเทศโดยแรงงานในภาคธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมถึง 10.51 ล้านคน หรือราวร้อยละ 77.9 ของจำนวนแรงงานทั้งประเทศอย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบกับวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมของกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส และเยอรมนี จะเห็นได้ว่า วิสาหกิจขนาดกลางและย่อมในประเทศเหล่านี้มีส่วนสร้างรายได้ประชาชาติ ให้แก่ประเทศสูงกว่าร้อยละ 50 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและย่อมไทยยังสามารถเพิ่มบทบาทและความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สูงขึ้นได้อีกหากมีการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจให้สูงขึ้นและในขณะเดียวกันภาครัฐต้องลดอุปสรรคและพัฒนาโครงสร้างในการดำเนินธุรกิจให้เอื้อต่อการขยายตัววิสาหกิจขนาดกลางและย่อม อาทิ เทคโนโลยี ระบบโลจิสติกส์ ต้นทุนพลังงาน และความรู้ในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ เป็นต้น (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2555)

1.2.2 สถานการณ์ชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ของประเทศไทย

รถยนต์ 1 คัน ประกอบด้วยชิ้นส่วน 20,000-30,000 ชิ้น ซึ่งโดยทั่วไปบริษัทขนาดใหญ่ไม่สามารถผลิตจะจัดจำหน่ายเองได้ด้วยตนเองโดยทั้งหมดเพราะฉะนั้นการแบ่งงานกันทำและการจ้างผลิตจึงเป็นรูปแบบปกติที่เกิดขึ้น สำหรับชิ้นส่วนยานยนต์รวมถึงวัสดุอุปกรณ์หลักที่ใช้ในการประกอบยานยนต์สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1) ชิ้นส่วนที่เป็นเหล็กเช่น เครื่องยนต์ และตัวถังรถยนต์ เป็นต้น 2) ชิ้นส่วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และ 3) ชิ้นส่วนอื่นๆ เช่น ยาง พลาสติก และกระจก เป็นต้น ซึ่งชิ้นส่วนเหล่านี้บริษัทที่ผลิตไม่สามารถจำหน่ายได้แต่เพียงผู้เดียวเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค เพราะฉะนั้นร้านจำหน่ายอะไหล่ยนต์รายย่อยหรือร้านจำหน่ายอะไหล่ยนต์มือสองจึงเป็นแหล่งจำหน่ายอีกทางหนึ่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)



รูปที่ 1.1 สถิติจำนวนรถใหม่จดทะเบียนตามกฎหมายว่าด้วยรถยนต์และกฎหมายว่าด้วยการ

ขนส่งทางบก ปี พ.ศ. 2540-2554 รวมทั้งประเทศ

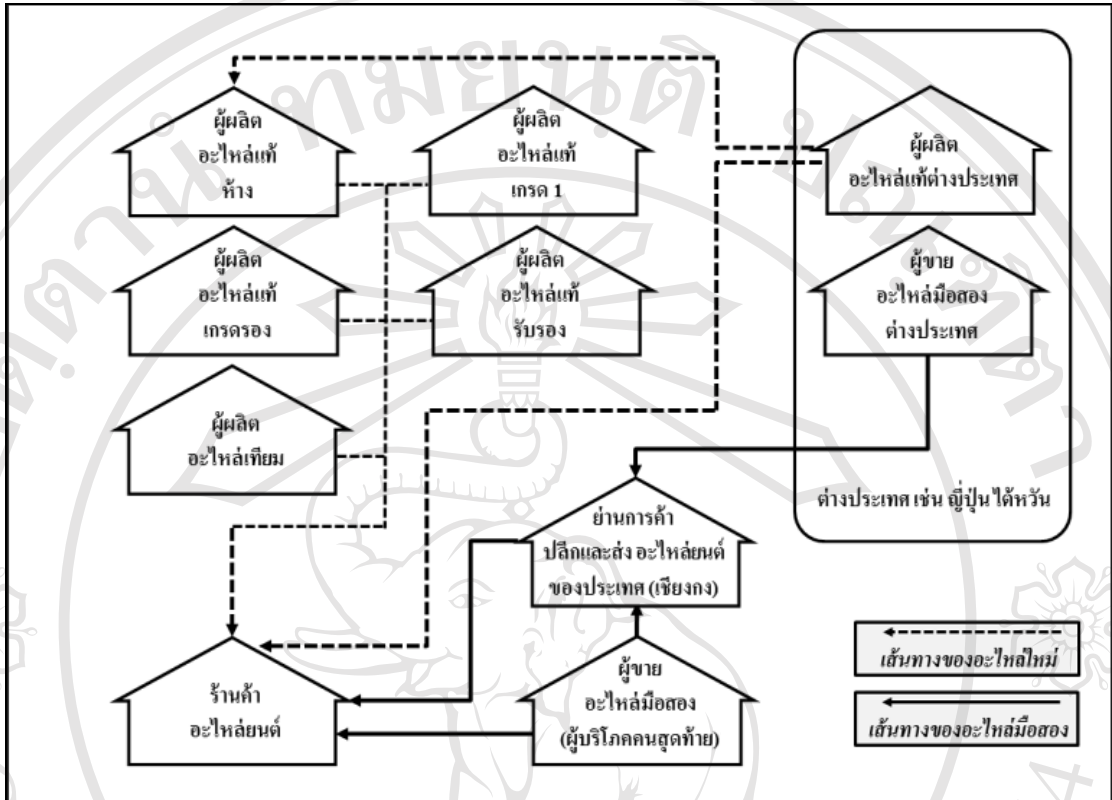
ที่มา: สำนักงานขนส่งจังหวัดขอนแก่น (2555)

*รวมกฎหมายว่าด้วยรถยนต์ มีรถยนต์ส่วนบุคคลไม่เกิน 7 คน, รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเกิน 7 คน, รถยนต์บรรทุกส่วนบุคคล, รถยนต์สามล้อส่วนบุคคล, รถยนต์รับจ้างระหว่างจังหวัด, รถยนต์รับจ้างบรรทุกคนโดยสารไม่เกิน 7 คน, รถยนต์สี่ล้อเล็กรับจ้าง, รถยนต์รับจ้างสามล้อ, รถยนต์บริการธุรกิจ, รถยนต์บริการทัศนจร, รถยนต์บริการเช่า, รถจักรยานยนต์, รถแทรกเตอร์, รถดัดถนน, รถใช้งานเกษตรกรรม, รถพ่วง, ล้อเลื่อน

จากรูปที่ 1.1. แสดงจำนวนสถิติจำนวนรถใหม่จดทะเบียนตามกฎหมายด้วยรถยนต์และกฎหมายว่าด้วยการขนส่งทางบกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 - 2554 รวมทั้งประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 มีจำนวนรถยนต์ 1,486,940 คัน และจำนวนรถยนต์จดทะเบียนใหม่ลดลงในปี พ.ศ. 2541 - 2542 มีจำนวน 707,332 และ 707,644 คันตามลำดับ ซึ่งการลดลงของจำนวนรถยนต์จดทะเบียนใหม่นั้นมีสาเหตุมาจากวิกฤตการณ์สถาบันการเงินไทยที่เปิดเสรีทางการเงินและขาดการควบคุมประสิทธิภาพภายใน และการบริหารความเสี่ยงที่ไม่ดีพอ ทำให้เกิดผลกระทบต่อสถาบันการเงินและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม (วร โยชน์ มนชน, 2546) และหลังจากปี พ.ศ.2543 -2549 จำนวนรถยนต์จดทะเบียนใหม่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และในปี พ.ศ. 2549 - 2552 จำนวนของรถยนต์จดทะเบียนใหม่มีจำนวนลดลงจากสาเหตุของเศรษฐกิจโลกชะลอตัวลงค่อนข้างมากเพราะราคาน้ำมันในตลาดโลกที่สูงขึ้นประกอบกับการเกิดวิกฤตทางการเงินในตลาดการเงินของสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อตลาดส่งออก การปล่อยสินเชื่อ การลงทุน และการบริโภค ทำให้จำนวนรถยนต์จดทะเบียนใหม่ลดลง และเมื่อเศรษฐกิจฟื้นตัวอีกครั้งในปี พ.ศ.2553 จำนวนรถยนต์จดทะเบียนใหม่ได้เพิ่มมากขึ้น ดังแสดงในรูปที่ 1.1 (ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน),2551)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์และเครื่องประดับยนต์มีแนวโน้มเติบโตสูงกว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ เนื่องจากปัจจุบันผู้ใช้รถยนต์มีแนวโน้มที่จะตกแต่งรถยนต์ของตนมากขึ้น เพราะรถยนต์มีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจึงหันมาให้ความสนใจกับการตกแต่งซ่อมแซมรถยนต์ใช้แล้วมากกว่าซื้อรถใหม่ ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการอะไหล่รถยนต์นั้นขึ้นอยู่กับรสนิยมของผู้บริโภคเป็นสำคัญนอกจากนั้นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ต่อยอดขาย คือ อายุการใช้งานของชิ้นส่วนนั้น ๆ ของรถยนต์ เนื่องจากอะไหล่ยนต์เป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกับรถยนต์ (Complement Product) เมื่อรถยนต์มีอายุการใช้งานมากยิ่งขึ้นจึงมีความจำเป็นต้องเปลี่ยนอะไหล่ทดแทนชิ้นส่วนที่เสื่อมอายุการใช้งานไป (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม,2554)

สำหรับการไหลของอะไหล่ยนต์ที่ปรากฏอยู่ในประเทศไทย ณ ปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าอะไหล่ชนิดต่าง ๆ มีลักษณะของแหล่งที่มาโดยทั่วไป ซึ่งสามารถอธิบายได้โดยสังเขปดังนี้



รูปที่ 1.2 เส้นทางการไหลของอะไหล่ยนต์

ที่มา : นันทชัย จันทร์ตรี (2555)

ก) อะไหล่ที่มาจากผู้ผลิตภายในประเทศคือ อะไหล่ที่มีการไหลมาจากการผลิตภายในประเทศไทย โดยมีการแยกเป็นประเภทได้โดยสังเขป ดังนี้

- ผู้ผลิตอะไหล่ใหม่ คือ ผู้ที่ผลิตอะไหล่ขึ้นมาใหม่โดยสามารถแยกเป็นประเภทตามลักษณะและคุณภาพของวัตถุดิบจากผู้ผลิตได้ ดังนี้

- ผู้ผลิตอะไหล่แท้ห้าง คือ ผู้ที่ผลิตอะไหล่ยนต์แท้ๆ

เดียวกับรถยนต์ หรือ สินค้าที่ดีเยี่ยมจากบริษัทรถยนต์ยี่ห้อต่างๆ ซึ่งมีคุณภาพและมาตรฐานในการผลิตสูง โดยมีการรับประกันคุณภาพสินค้าอย่างชัดเจน แต่จะมีราคาที่สูงมาก(บ.ทีเอสวีแลนด์ (1990) จำกัด, 2555) ซึ่งอะไหล่แท้ห้างนั้นจะมาจากการผลิตภายในประเทศไทย

- ผู้ผลิตอะไหล่แท้เกรด 1 คือ ผู้ที่ผลิตอะไหล่ซึ่งมีคุณภาพในระดับเดียวกับอะไหล่ดีรถยนต์จากโรงงานประกอบ จะใช้ยี่ห้อเดียวกับยี่ห้อรถยนต์นั้นๆซึ่งอะไหล่แท้เกรด 1 นั้นผู้ผลิตจะเป็นผู้ว่าจ้างให้บริษัทที่ได้มาจากการประกวดราคาแข่งขันผลิตสินค้า โดยที่บริษัทผู้ได้

ผลิตนั้นจะต้องผลิตสินค้าให้มีราคาต่ำและมีมาตรฐานสินค้า ซึ่งอะไหล่แท้เกรด 1 นั้นส่วนมากจะมาจากการผลิตภายในประเทศไทย

○ ผู้ผลิตอะไหล่แท้เกรดรอง คือ ผู้ที่ผลิตอะไหล่ที่มีคุณภาพรองมาจากอะไหล่แท้เกรด 1 ซึ่งจะมีราคาที่ถูกลงกว่า และใช้ยี่ห้อเดียวกับยี่ห้อรถยนต์นั้นๆ โดยอะไหล่แท้เกรดรองจะมาจากการผลิตภายในประเทศไทย ตามคำสั่งจากการผลิตจากบริษัทเจ้าของยี่ห้อสินค้าอะไหล่ยนต์นั้น ๆ

○ ผู้ผลิตอะไหล่แท้รับรอง คือ ผู้ที่ผลิตอะไหล่ของบริษัทรถยนต์ที่ให้การรับรองว่ามีคุณภาพเดียวกับอะไหล่แท้ห้างแต่มีราคาถูกกว่ายี่ห้อของอะไหล่แท้ โดยส่วนมากแล้วอะไหล่แท้รับรองจะมาจากการผลิตขึ้นภายในประเทศไทย

○ ผู้ผลิตอะไหล่เทียม คือ ผู้ผลิตจากโรงงานจากที่ผลิตอะไหล่แท้ โดยจะใช้ชื่อยี่ห้อเป็นชื่อสินค้าของตนเอง ซึ่งระดับคุณภาพนั้นจะค่อนข้างสูงสามารถใช้เป็นอะไหล่ทดแทนได้ นอกจากนี้สินค้ายังรับประกันคุณภาพเหมือนอะไหล่แท้ โดยอะไหล่ประเภทนี้จะใช้ยี่ห้อของผู้ผลิตอะไหล่ (บ.ทีเอสวีแลนด์ (1990) จำกัด, 2555) โดยส่วนมากอะไหล่เทียมจะมาจากผลิตขึ้นภายในประเทศไทย

● อะไหล่เก่าคือ อะไหล่ที่มีไม่ได้มีการผลิตขึ้นใหม่หรืออะไหล่ที่ใช้แล้ว โดยสามารถแยกเป็นประเภทตามลักษณะตามแหล่งที่มาได้ ดังนี้

○ จากย่านการค้าปลีกและส่งอะไหล่ยนต์ของประเทศไทย (เซียงกง²) คือ แหล่งที่มาของอะไหล่มือสองจากต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น ไต้หวัน จีน เป็นต้น และแหล่งที่ขายอะไหล่มือสอง มากที่สุดที่สุดในประเทศได้แก่ ย่านวรจักร บ้านหม้อ คลองถม และสะพานเหล็ก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) โดยลักษณะสินค้าจะเป็นอะไหล่มือสองที่อยู่ในสภาพดีมีการถอดขายชิ้นส่วนในสถานที่ดังกล่าว

○ จากผู้ขายอะไหล่มือสอง (ผู้บริโภครถยนต์) คือ ผู้บริโภคที่ใช้รถยนต์ทั่วไปได้มีการถอดเปลี่ยนอะไหล่เก่าออกเพื่อขายต่อให้แก่ร้านค้าอะไหล่ปลีกหรือย่าน

² เป็นคำในภาษาจีน “เซียง” คือ เทวดา และ “กง” คือ ปู ไม่ได้มีความหมายใด ๆ ที่สื่อไปทางอะไหล่เครื่องยนต์แต่คำว่า “เซียงกง” ยังเป็นชื่อเรียกธุรกิจการค้าและสินค้าของอะไหล่รถยนต์และเครื่องยนต์ที่ใช้แล้ว เพราะเซียงกง เป็นแหล่งสถานที่กำเนิดของอะไหล่รถยนต์ใช้แล้ว ที่มีคุณภาพ

การค้าปลีกอะไหล่ยนต์ (เชิงกง) โดยที่สภาพสินค้าอื่น ๆ จะมีลักษณะเกือบสมบูรณ์โดยทั้งหมด ไปจนถึงสภาพพอใช้งานได้ โดยที่ราคาขายจะลดหลั่นกันไปตามสภาพของสินค้าอื่น ๆ

ข) อะไหล่ที่มาจากต่างประเทศ คือ อะไหล่ที่มีการไหลมาจากภายนอกประเทศ โดยมีการแยกตามประเภทของผู้ผลิตได้โดยสังเขป ดังนี้

- ผู้ผลิตอะไหล่ใหม่คือ ผู้ที่ผลิตอะไหล่ขึ้นมาใหม่โดยสินค้าอื่นจะได้รับ การรับรองคุณภาพและมีราคาค่อนข้างสูง โดยแหล่งที่มาของอะไหล่ใหม่บางส่วนนั้นจะมาจาก ต่างประเทศ เช่น จากประเทศอินเดีย จีน สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ญี่ปุ่นและบราซิล เป็นต้น (ฐานเศรษฐกิจ, 2550) โดยสามารถแบ่งประเภทของอะไหล่ใหม่ที่น่าเข้าได้ พอสังเขป ดังนี้

- ผู้ผลิตอะไหล่แท้ห้างคือ ที่ผลิตอะไหล่ยนต์แท้ยี่ห้อเดียวกับ รถยนต์ซึ่งมีคุณภาพและมาตรฐานในการผลิตที่สูง โดยมีการรับประกันคุณภาพสินค้าอย่างชัดเจน และอะไหล่ยนต์นั้นจะมีราคาสูงมากซึ่งอะไหล่แท้ห้างนี้จะมาจากการนำเข้าจากต่างประเทศดังกล่าวไว้ข้างต้น

- ผู้ผลิตอะไหล่แท้เกรด 1 คือ ผู้ผลิตอะไหล่มีคุณภาพในระดับ เดียวกับอะไหล่แท้ดีรถยนต์ โดยจะใช้ยี่ห้อเดียวกับยี่ห้อรถยนต์นั้นๆซึ่งอะไหล่แท้เกรด 1 นั้น ผู้ผลิตจะเป็นผู้ว่าจ้างให้บริษัทที่ได้มาจากการประกวดราคาแข่งขันผลิตสินค้าและอะไหล่แท้เกรด 1 นี้จะมาจากการนำเข้าจากต่างประเทศดังที่กล่าวไว้ข้างต้น

- ผู้ผลิตอะไหล่แท้เกรดรอง คือ ผู้ผลิตอะไหล่ที่มีคุณภาพรองจาก อะไหล่แท้เกรด 1 และมีราคาที่ถูกกว่า จะใช้ยี่ห้อเดียวกับยี่ห้อรถยนต์นั้นๆโดยแหล่งที่มาจะมาจากการนำเข้าจากต่างประเทศ

- ผู้ผลิตอะไหล่แท้รับรอง คือ ผู้ที่ผลิตอะไหล่ที่บริษัทรถยนต์ให้ การรับรองว่ามีคุณภาพเดียวกับอะไหล่แท้ห้างแต่มีราคาถูกกว่า ยี่ห้อของอะไหล่และ ประเภทจะใช้ ยี่ห้อของบริษัทผู้ผลิตอะไหล่ โดยมีแหล่งที่มาจะมาจากการนำเข้าจากต่างประเทศ

- ผู้ผลิตอะไหล่เทียมคือ ผู้ที่ผลิตอะไหล่ชนิดนี้จะผลิตอะไหล่ ลักษณะคล้ายกับผลิตอะไหล่แท้โดยจะใช้ยี่ห้อเป็นสินค้าของตนเอง ซึ่งระดับคุณภาพนั้นจะ ค่อนข้างสูงสามารถใช้เป็นอะไหล่ทดแทนได้ นอกจากนี้สินค้ายังรับประกันคุณภาพเหมือนอะไหล่

แท้ และอะไหล่ประเภทนี้จะใช้ยี่ห้อของผู้ผลิตอะไหล่ หรือยี่ห้อของผู้จัดจำหน่ายและ มีแหล่งที่มา จะมาจากการนำเข้าจากต่างประเทศ

- อะไหล่เก่าคือ อะไหล่ที่ผ่านการใช้งานมาแล้วจากต่างประเทศ เช่น จาก ประเทศญี่ปุ่น ได้หวั่น อังกฤษ เป็นต้น จากกรณีมือสองที่ตกทุนแล้วนำมาแยกชิ้นส่วน และแยกขาย ผู้นำเข้าอะไหล่รถยนต์คนไทยจะมีการเลือกซื้อและตั้งนำเข้าทางเรือ โดยบรรจุมาทางตู้ขนส่งสินค้า และมีการคิดภาษีเป็นชิ้นอะไหล่รถยนต์มาสู่ร้านค้าและกระจายไปสู่ร้านขายส่งตามคำสั่งซื้อ (Purchase Order) โดยส่วนมากสินค้าอะไหล่ยนต์จะมาสู่ย่านการค้าอะไหล่มือสอง (เชียงกง) ก่อนที่จะมีการกระจายสินค้าสู่ภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย นอกจากการนำเข้าจากต่างประเทศแล้วอะไหล่มือสองได้มาจากผู้ใช้รถยนต์ภายในประเทศซึ่งได้แยกขายชิ้นส่วนอะไหล่รถยนต์ของตนสู่ร้านขายอะไหล่ยนต์ (เชียงกง) หรือ ร้านค้าอะไหล่ยนต์ทั่วไป

1.2.3 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคเหนือ

ภาคเหนือประกอบด้วย 17 จังหวัดมีพื้นที่ประมาณ 1 ใน 3 ของพื้นที่ทั้งหมดของประเทศ ทั้งภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นป่าเขา มีพื้นที่ทำการเกษตรประมาณ 29.2 ล้านไร่ หรือ 1 ใน 5 ของพื้นที่ทำการเกษตรทั้งประเทศ ประชากรโดยเฉลี่ยมีจำนวน 11.7 ล้านคนหรือร้อยละ 18.5 ของประชากรทั้งประเทศโดยเศรษฐกิจภาคเหนือระหว่างปี 2545-2552 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.7 โดยสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเหนือและประเทศปี 2552 ณ ราคาคงที่ นอกจากนั้นสาขาการผลิต อุตสาหกรรม เกษตรกรรม การค้าส่งค้าปลีกเป็นสาขาการผลิตที่เป็นส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจภาคเหนือและของทั้งประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนถึงร้อยละ 61.8 ของทั้งประเทศ ดังตารางที่ 1.2(ธนาคารแห่งประเทศไทย,2552)

ตารางที่ 1.2 สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเหนือและประเทศ ปี 2552³ ณ ราคาคงที่

สาขาการผลิต	ภาคเหนือ (ร้อยละ)	ประเทศ (ร้อยละ)
อุตสาหกรรม	19.6	38.6
เกษตรกรรม	19.3	9.2
การค้าส่งปลีก	16.3	14.0
ขนส่งและสื่อสาร	7.0	9.7
อสังหาริมทรัพย์	6.5	4.0

³ข้อมูลล่าสุดของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเหนือ

ตารางที่ 1.2 (ต่อ) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเหนือและประเทศ ปี 2552⁴ ณ ราคาคงที่

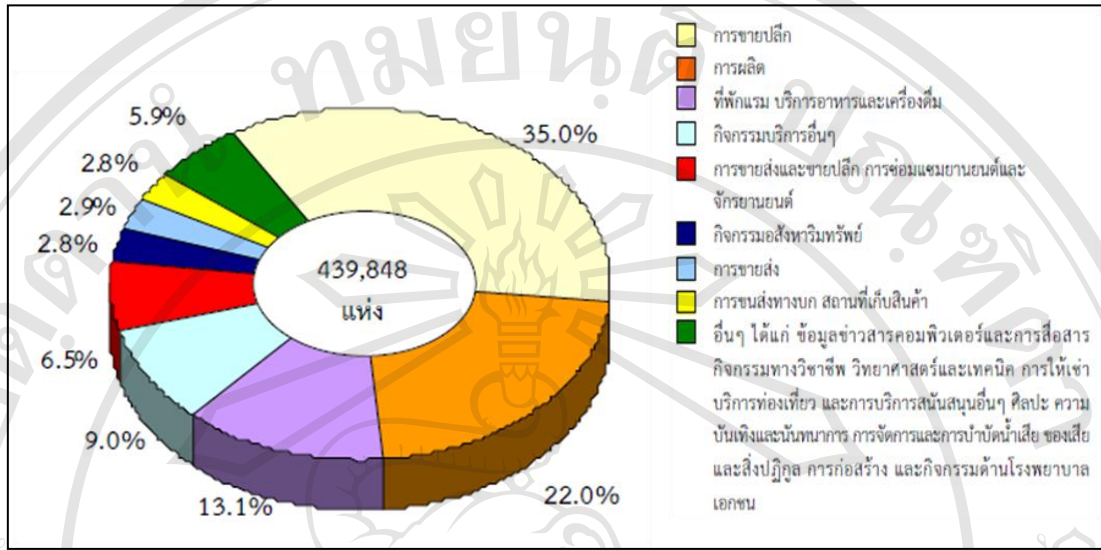
สาขาการผลิต	ภาคเหนือ (ร้อยละ)	ประเทศ (ร้อยละ)
การศึกษา	6.0	2.7
การบริหารราชการ	4.3	2.9
เหมืองแร่และขุดหิน(ต่อ)	4.6	2.3
ตัวกลางทางการเงิน	3.9	3.9
ก่อสร้าง	3.4	2.2
อื่นๆ	8.9	10.6
รวม	100.0	100.0

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (2552)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของสถานประกอบการในเขตภาคเหนือ พบว่ามีจำนวน 439,848 แห่ง โดยเป็นสถานประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ การขายปลีก ประมาณร้อยละ 35.0 รองลงมาเป็นสถานประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตประมาณร้อยละ 22.0 สถานประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับที่พักแรม บริการอาหารและเครื่องดื่มประมาณร้อยละ 13.1 กิจกรรมบริการอื่น ๆ ประมาณร้อยละ 9.0 และการขายส่งและขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์และจักรยานยนต์ ประมาณร้อยละ 6.5 ในขณะที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ นอกจากที่กล่าวข้างต้นแต่ละ ประเภทมีสัดส่วนต่ำกว่าร้อยละ 6.0 ของจำนวนสถานประกอบการทั้งสิ้น (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2555) ดังรูปที่ 1.2

โดยผู้ประกอบการในภาคเหนือส่วนใหญ่ที่เป็น SMEs ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนกลไกเศรษฐกิจ โดยส่วนมากเป็นธุรกิจการเกษตร อุตสาหกรรมขนาดกลางและย่อม ธุรกิจค้าส่งปลีก และธุรกิจบริการตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่ ซึ่งเป็นฐานการผลิตด้านเกษตรและเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่สำคัญในหลายจังหวัดทำให้อุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้อง ในขณะที่ผู้ประกอบการในกลุ่มการค้าและบริการจะเป็นในรูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียวหรือครอบครัวมากกว่า และส่วนใหญ่ได้ก่อตั้งธุรกิจเองมีสัดส่วนน้อยที่มีการสืบทอดธุรกิจมาจากรุ่นก่อน ๆ ใดก็ตามในพื้นที่เมืองขนาดใหญ่ก็มีโอกาสทางเศรษฐกิจหรือทางธุรกิจมากนั้นก็มีการแสวงหาแข่งขันสูงด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันในกลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่จากนอกพื้นที่จากกระแสของธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งเป็นปัจจัยกระตุ้นสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความตื่นตัวที่จะพัฒนาขีดความสามารถของตัวเองในทุกด้านรวมถึงการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้เข้ากับกระแสการแข่งขันด้วย(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2553)

⁴ข้อมูลล่าสุดของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเหนือ



รูปที่ 1.3 แสดงร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ
ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2555)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Hodgetts และ Karatko (1986) พบว่าการเป็นผู้ประกอบที่จะสามารถดำรงธุรกิจให้คงอยู่นั้นเป็นสิ่งที่ไม่ง่าย ธุรกิจขนาดย่อมจำนวนมากต้องปิดกิจการเนื่องจากประสบความล้มเหลวในการดำเนินการและร้อยละ 88 ของความล้มเหลวเกิดจากผู้ประกอบการขาดทักษะการเป็นผู้นำการมองโอกาสทางธุรกิจและขาดทักษะในการบริหารความเสี่ยงรวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงของกิจการ

ซึ่งจากที่กล่าวมาข้างต้นทราบได้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นส่วนสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งในด้านการสร้างงานใหม่และมีส่วนช่วยเพิ่มการแข่งขันในตลาด เป็นส่วนเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดใหญ่โดยมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดใหญ่ และยังเป็นการกระจายการพัฒนาไปทั่วประเทศรวมถึงช่วยรองรับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้นผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของตนเองอยู่เสมอ สำหรับการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของธุรกิจร้านอะไหล่ยนต์ในประเทศไทยยังมีผู้ศึกษาอยู่น้อย ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจอะไหล่ยนต์ภาคเหนือเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยความเสี่ยงและเป็นข้อมูลแก่ผู้ประกอบการในลดความเสี่ยงในธุรกิจร้านอะไหล่ยนต์

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจอะไหล่รถยนต์ เขตภาคเหนือ
2. เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของการประกอบกิจการจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. เพื่อเป็นแนวทางและข้อเสนอแนะแก่ผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจอะไหล่รถยนต์ โดยใช้ผลวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อผลประกอบการในธุรกิจจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์
2. เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันในธุรกิจอะไหล่รถยนต์ภายในประเทศไทย

1.5 นิยามคำศัพท์

ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง โอกาสหรือเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตและส่งผลกระทบต่อหรือก่อให้เกิดความเสียหายทำให้วัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้เบี่ยงเบนไปหรือไม่ประสบผลสำเร็จทั้งในด้านกลยุทธ์ การเงิน การดำเนินงาน และกฎระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (กระทรวงมหาดไทย, 2554)

ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factor) หมายถึง ต้นเหตุหรือสาเหตุของความเสี่ยงที่จะทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการดำเนินงานหลักที่กำหนดไว้ทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรซึ่งองค์การควรระบุสาเหตุที่แท้จริงเพื่อจะได้วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ในการลดความเสี่ยงได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์และบริบทขององค์กร (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552)

อะไหล่รถยนต์ (Spare Part) หมายถึง ชิ้นส่วนประกอบภายในรถยนต์ที่ประกอบกันขึ้นในแต่ละระบบเพื่อทำให้อะไหล่รถยนต์สามารถวิ่งได้ อะไหล่ยนต์มีอยู่ 4 ประเภทหลัก คือ (กุสุมา อภิวรรณกุล, 2546)

1. อะไหล่แท้ คือ อะไหล่ใหม่ของแท้ที่ผลิตโดยบริษัทรถยนต์เองหรือเป็นบริษัทผู้ผลิตที่ได้รับคำสั่งจากบริษัทรถยนต์ให้ผลิตเพื่อใช้ประกอบในรถยนต์แต่ละยี่ห้อแต่ละรุ่นซึ่งมั่นใจได้ในคุณภาพแต่ก็มีราคาแพง อะไหล่ประเภทนี้มีจำหน่ายในศูนย์บริการและร้านจำหน่ายอะไหล่ทั้งที่

เป็นตัวแทนจำหน่ายและร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์ทั่วไป โดยอะไหล่เหล่านี้มีอีก 3 ประเภท คือ อะไหล่แท้ห้าง อะไหล่แท้เกรด 1 อะไหล่แท้เกรดรอง อะไหล่แท้รับรอง

2. อะไหล่แท้มือสอง คือ อะไหล่แท้ที่คิดมากับรถยนต์แต่ถูกถอดออกมาจำหน่ายแยกชิ้นเนื่องจากรถยนต์นั้นไม่สามารถใช้งานได้แล้วหรือเจ้าของต้องการเปลี่ยนระบบรถยนต์ใหม่แต่ยังมีอะไหล่บางตัวภายในที่ยังมีสภาพดีและยังใช้งานได้อยู่ อะไหล่ประเภทนี้มักมีจำหน่ายตามร้านจำหน่ายอะไหล่รถยนต์เก่า (อะไหล่เชียงกง) ซึ่งราคาขึ้นอยู่กับสภาพของชิ้นส่วนนั้น ๆ

3. อะไหล่ปลอม คือ อะไหล่ที่ถูกผลิตเพื่อเลียนแบบอะไหล่แท้ทั้งลักษณะและบรรจุภัณฑ์โดยผู้ผลิตอะไหล่รถยนต์รายอื่น อะไหล่ประเภทนี้จะมีราคาต่ำกว่าอะไหล่แท้แต่สูงกว่าอะไหล่ทดแทนส่วนคุณภาพจะด้อยกว่าอะไหล่แท้แต่อาจใกล้เคียงหรือต่ำกว่าอะไหล่ทดแทน

ธุรกิจขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SME) หมายถึง ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางที่เกิดจากการผลิตสินค้าหรือบริการที่มาจากทักษะที่หลากหลายมีกระบวนการผลิตที่ยืดหยุ่นสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้น ๆ โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดโลก ขั้นตอนการผลิตจะใช้วัตถุดิบในประเทศเป็นส่วนใหญ่ซึ่งผลผลิตของสินค้าหรือบริการนั้นต้องมีคุณภาพมาตรฐานสากลใช้เงินทุนในการประกอบการไม่สูงอยู่ในระดับที่สถาบันการเงินต่าง ๆ สามารถรองรับได้ (สุวรรณเพชรแก้ว, ม.ป.ป)

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเรื่องความเสี่ยงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจอะไหล่รถยนต์เขตภาคเหนือ โดยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างในภาคเหนือ โดยร้านจำหน่ายอะไหล่ยนต์นั้นมีทั้งบริการขายส่งภายในจังหวัดและบริการรับส่งสินค้าจากต่างจังหวัด ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ทั้งหมดเป็นข้อมูลปฐมภูมิที่ได้มาจากการเก็บแบบสอบถาม โดยวิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากร้านจำหน่ายอะไหล่ยนต์ในเขตภาคเหนือ

1.7 โครงสร้างของเอกสารงานวิจัย

การศึกษาเรื่องการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจอะไหล่ยนต์ เขตภาคเหนือมีโครงสร้างงานวิจัยแบ่งออกเป็น 5 บท ดังนี้

บทที่ 1: บทนำ

บทที่ 1 กล่าวถึงประเด็นสำคัญที่นำมาสู่งานวิจัยในครั้งนี้ซึ่งประกอบไปด้วยที่มาและความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ รวมไปถึงนิยามศัพท์ต่างๆ ที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ นอกจากนี้ยังมีการระบุถึงขอบเขตของการวิจัย และโครงสร้างงานวิจัยทั้งหมดเพื่อใช้เป็นแนวทางประกอบการวิจัยในครั้งนี้

บทที่ 2: ทบทวนวรรณกรรม

บทที่ 2 จะกล่าวถึงการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ โดยจะเน้นเนื้อหาที่ครอบคลุมและเจาะลึกเกี่ยวกับการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงช่องว่างขององค์ความรู้ในงานวิจัยที่ผ่านมา และเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจในประเด็นปัญหาที่จะทำการวิจัยอย่างชัดเจน ซึ่งในงานวิจัยนี้จะประกอบไปด้วยแนวคิด ดังนี้ 1) ความเสี่ยง (Risk) 2) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management) 3) การระบุความเสี่ยง (Risk Identification) 4) ปัจจัยความเสี่ยง (Risk Factors) 5) แบบจำลองโพรบิต (Probit Model) และ แบบจำลองโลจิต (Logit Model)

บทที่ 3:ระเบียบวิธีวิจัย

บทที่ 3 จะกล่าวถึงระเบียบวิธีวิจัย ในส่วนนี้จะเป็นการให้รายละเอียดทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยว่ามีทั้งหมดกี่ขั้นตอน และมีการดำเนินการวิจัยอย่างไร เพื่อให้นำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยจะมีการให้ความสำคัญกับ กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา และวิธีการศึกษา

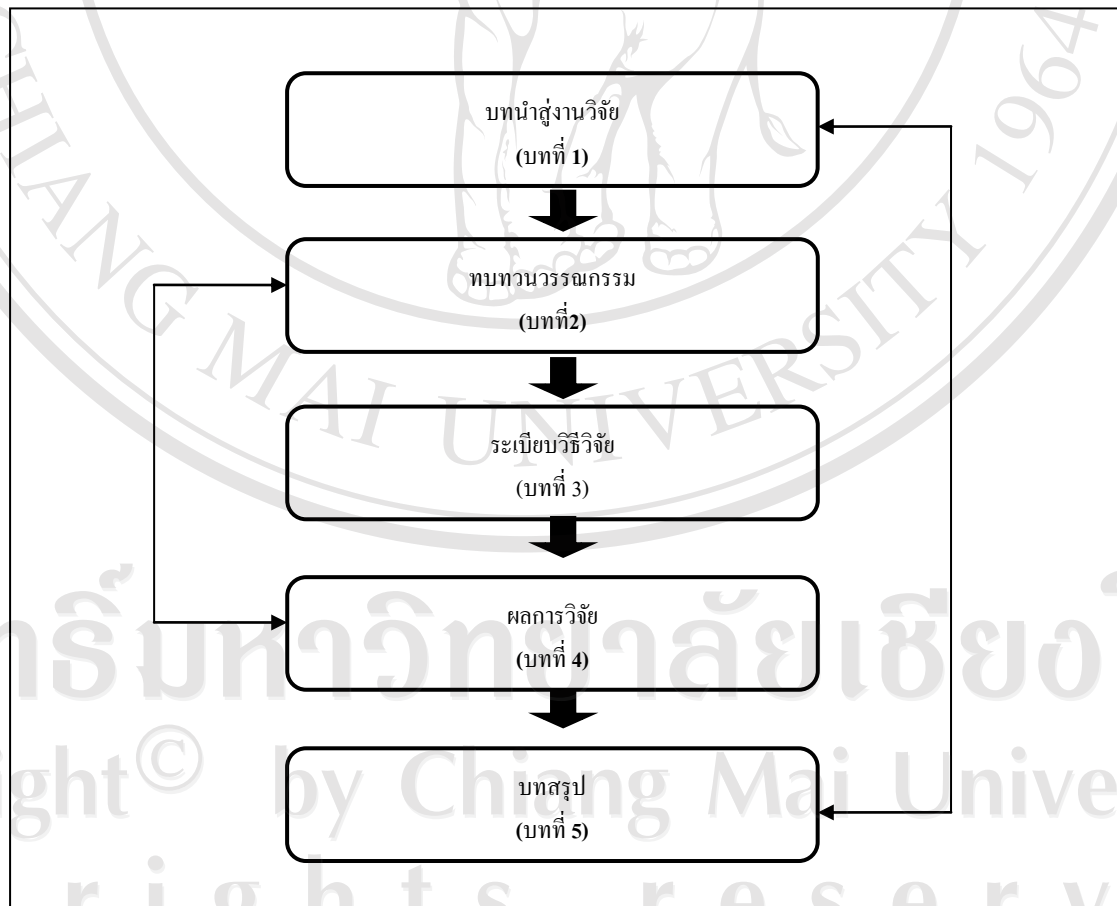
บทที่ 4: ผลการศึกษา

โดยหลังจากกำหนดระเบียบวิธีการวิจัยแล้วในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดนั้นจะอยู่ในบทนี้โดยผลการวิจัยจะประกอบไปด้วย 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจขายอะไหล่ยนต์ 2) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความเสี่ยงที่มีผลต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจอะไหล่ยนต์เขตภาคเหนือ

บทที่ 5: สรุปผลการศึกษา

บทที่ 5 เป็นบทสุดท้ายของงานวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งจะนำเสนอในส่วนของการสรุปประเด็นสำคัญต่างๆ ในการวิจัยครั้งนี้ โดยจะประกอบไปด้วย 1) องค์ความรู้สำคัญจากรรณกรรม 2) ช่องว่างองค์ความรู้เชื่อมสู่วัตถุประสงค์ 3) ผลการศึกษาที่สำคัญ 4) ข้อเสนอแนะ 5) ข้อจำกัดของงานวิจัย และ 6) ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ทั้งนี้โครงสร้างของงานวิจัยทั้ง 5 บทที่กล่าวมา สามารถเขียนเป็นแผนภาพแสดงความเชื่อมโยงระหว่างบทต่างๆ ได้ดังรูปที่ 1.4



รูปที่ 1.4 แผนภาพโครงสร้างของงานวิจัย

1.8 สรุป

ในบทที่ 1 นี้ได้รวบรวมประเด็นสำคัญต่างๆ อันเป็นแนวทางที่นำมาสู่งานวิจัย ซึ่งถือได้ว่าเป็นข้อมูลพื้นฐานให้ผู้สนใจได้ทราบถึงเรื่องราวของงานวิจัยโดยตลอด โดยเริ่มจากการ 1) การกล่าวถึงที่มาและความสำคัญของปัญหา 2) วัตถุประสงค์ของการวิจัย 3) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 4) นิยามคำศัพท์ต่างๆ ที่ใช้ในงานวิจัยนี้ 5) ขอบเขตของการศึกษา 6) โครงสร้างของเอกสารงานวิจัย เพื่อให้มีระบบระเบียบในการจัดทำและเรียบเรียงข้อมูล ในส่วนของแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ จะมีการนำเสนอ และอธิบายอย่างละเอียดในบทต่อไป