ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

โดย
นายศิวกร อโนรีย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

โดย
นายศิวกร อโนรีย์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

FACTORS AFFECTING COMPETITIVE ADVANTAGE AND SUCCESS OF ENTREPRENEURS AND SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN RATCHABURI PROVINCE

By

MR. Siwakorn ANOREE

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Business Administration (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2021

Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี
โดย	ศิวกร อโนรีย์
สาขาวิชา	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี ขุนทองจันทร์)

61602326 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต
คำสำคัญ : ความได้เปรียบในการแข่งขัน, คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ, ความสำเร็จ, สภาพแวดล้อมภายนอก

นาย ศิวกร อโนรีย์: ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ

การวิจัยนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี 3) ศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจภายนอกที่ส่งผลความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีและ 4) ศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในเขตจังหวัดราชบุรี สถิติที่ใช้ในการวิจัย ใช้การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สถิติค่า t-test , F-test และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 2) ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านการทำงานเชิงรุก ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 3) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 4) ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

61602326 : Major (MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM)
Keyword : COMPETITIVE ADVANTAGE FACTORS, ENTREPRENEURIAL ORIENTATION FACTORS, SUCCESS FACTORS, EXTERNAL ENVIRONMENT FACTORS

MR. SIWAKORN ANOREE : FACTORS AFFECTING COMPETITIVE ADVANTAGE AND SUCCESS OF ENTREPRENEURS AND SMALL AND MEDIUM ENTERPRISESIN RATCHABURI PROVINCE THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR TANINRAT RATTANAPONGPINYO, Ph.D.

The objectives of research were to 1) study demographic differences affecting the competitive advantage 2) to study entrepreneurial orientation factors affecting the competitive advantage 3) to study external environment factors affecting the competitive advantage and 4) to study competitive advantage factors affecting success of entrepreneurs and small and medium enterprises in Ratchaburi province.The sample was selected based on Purposive Sampling Design. The sample was 400 of entrepreneurs and small and medium enterprises in Ratchaburi province. Data were analyzed using statistics including frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test, multiple linear regression analysis.

The result of the research indicated that: 1) the respondents with different personal factors had indifferent competitive advantage at the statistical significance level of 0.05. 2) Entrepreneurial Orientation factors which include autonomy, innovativeness, risk taking, competitive aggressiveness and proactive affected competitive advantage at the statistical significance level of 0.05. 3) External Environment factors which include economic, socio-cultural and technological affected competitive advantage at the statistical significance level of 0.05. 4) Competitive Advantage factors which include cost leadership, differentiation, quick-response and market focus affected success of entrepreneurs and small and medium enterprises in Ratchaburi province.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ เพราะได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร. ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ ซึ่งเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำปรึกษา คำแนะนำต่างๆ และให้ความช่วยเหลือที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย รวมทั้งอาจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์และ รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาวดี ขุนทองจันทร์ ผู้ทรงคุณวุฒิที่ กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และ ข้อเสนอแนะที่ เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของทุกท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนัชกร สิมะขจรบุญ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระชานนท์ ทวีผล ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย สำหรับการทำวิทยานิพนธ์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาหลักสูตรบริหารธุรกิจทุกท่านที่ให้ความรู้ให้คำแนะนำและ ประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่มที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ขอขอบคุณคณะเจ้าหน้าที่มหาวิทยาลัยศิลปากรทุกท่านที่ให้ความดูแล ช่วยเหลือมาตลอดหลักสูตรการศึกษา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุดซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการศึกษา และทำวิทยานพนธ์เล่มนี้ ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่มิอาจกล่าวนามได้ทั้งหมด ณ ที่นี้

ขอขอบคุณกำลังใจคุณแรงสนับสนุนและกำลังใจจาก คุณพ่อ คุณแม่ และพี่น้องทุกคนตลอดจนพี่ๆ เพื่อนๆ ที่เรียนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตมาด้วยกัน ที่คอยให้คำแนะนำ คำปรึกษาและกำลังใจในการศึกษาตลอดมา ขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดราชบุรีที่ให้ความร่วมมืออย่างดียิ่งในการเก็บข้อมูลการวิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่ อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา

ศิวกร อโนรีย์

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ญ

สารบัญภาพ ..... ฐ

บทที่ 1 บทนำ 1

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย 4

3. สมมติฐานในการวิจัย 5

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย 5

5. ขอบเขตของการวิจัย 7

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 8

7. นิยามศัพท์เฉพาะ 9

บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 11

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 11

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ 14

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก 20

4.แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน 23

5. แนวคิดความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard 28

6. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี 33

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 44
1. ระเบียบวิธีวิจัย 44
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย 45
3. การสุ่มตัวอย่าง 45
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 46
5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย 48
6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 48
7. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 49
บทที่ 4 ผลการศึกษา 52
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 52
4.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ 53
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ 55
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก 62
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน 66
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ 72
4.6. ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย 77
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 85
5.1 สรุปผลการวิจัย 85
5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน 89
5.3 อภิปรายผลการวิจัย 90
ข้อเสนอแนะของการวิจัย 92
รายการอ้างอิง 95
ภาคผนวก 101

ประวัติผู้เขียน 111

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแบ่งลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 12

ตารางที่ 2 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 13

ตารางที่ 3 สรุปรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม..... 13

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล..... 53

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นโดยรวมของปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ..... 56

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านการมีอิสระในการบริหารงาน..... 57

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง..... 58

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านการทำงานเชิงรุก..... 59

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการแข่งขัน..... 60

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านการมีนวัตกรรม 61

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก 62

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านการเมือง63

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ 64

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม 65

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเทคโนโลยี 65

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน 66

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน 67

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง 68

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว 70

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน 71

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ 72

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน 72

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านลูกค้า 74

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการภายใน 75

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา 76

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ T-Test 77

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-Test 77

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุกิจการโดยใช้สถิติ F-Test 78

ตารางที่ 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ F-Test 78

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนเงินลงทุนโดยใช้สถิติ F-Test 79

ตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามแหล่งที่มาของเงินทุนโดยใช้สถิติ F-Test 79

ตารางที่ 32 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน 80

ตารางที่ 33 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน 82

ตารางที่ 34 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี 83

มหาวิทยาลัยศิลปากร

สารบัญภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย 6

บทที่ 1
บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นพลังสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจไทย เป็นเสมือนฟันเฟืองที่ทำให้ประเทศเดินไปข้างหน้า เป็นกลไกที่ช่วยกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ภาคประชาชนอย่างทั่วถึง และที่สำคัญคนไทยจำนวนมากพึ่งพิงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จากตัวเลขสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563ก) พบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2562 มีมูลค่าเท่ากับ 16,879,027 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 513,455 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 ในขณะที่มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในปี 2562 มีมูลค่า 5,963,156 ล้านบาทคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.3 ต่อ GDP รวมทั้งประเทศ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่มีสัดส่วนร้อยละ 34.6 โดยมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 3.0 ปัจจัยสำคัญที่ทำให้มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังคงขยายตัวได้สูง ยังคงมาจากการขยายตัวของอุปสงค์ภายในประเทศ ได้แก่การการบริโภคภาคเอกชน การใช้จ่ายภาครัฐ รายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งผลให้ภาคการค้าและภาคการบริการเติบโตได้ในอัตราที่สูง ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (GDP MSME) ไตรมาสแรก ของปี 2563 หดตัวร้อยละ 3.3 ลดลงจากในไตรมาสก่อน ที่ขยายตัวร้อยละ 2.4 โดยมีมูลค่า 1,450,476 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP รวมทั้งประเทศเท่ากับร้อยละ 34.7 ลดลงจากร้อยละ 35.7 ในไตรมาสที่แล้ว ในขณะที่ GDP ของประเทศหดตัวร้อยละ 1.8 การที่ GDP MSME ไตรมาสแรกของปี 2563 หดตัวเป็นครั้งแรกนับตั้งแต่ปี 2558 นั้น เป็นผล มาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เป็นหลัก โดย GDP ของ วิสาหกิจขนาดย่อย (Micro) ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ฯ มากที่สุด คือหดตัวถึงร้อยละ 4.3 รองลงมาได้แก่ วิสาหกิจขนาดย่อม (SE) และวิสาหกิจขนาดกลาง (ME) ที่หดตัวร้อยละ 3.8 และ 2.6 ตามลำดับ ในส่วนของ GDP MSME ในสาขาธุรกิจที่หดตัวอย่างเห็นได้ชัด คือ ธุรกิจบริการที่พักแรมและ บริการด้านอาหาร ซึ่งหดตัวถึงร้อยละ 24.1 รวมทั้ง GDP MSME ภาคการผลิตหดตัวร้อยละ 2.7 จากการหดตัวของอุตสาหกรรมเบาและอุตสาหกรรมวัตถุดิบ ขณะที่ธุรกิจค้าปลีกค้าส่งยังคงขยายตัวได้ร้อยละ 4.5 ทั้งนี้ การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังส่งผลกระทบทั้งในด้านส่งออก และด้านการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของ MSME ค่อนข้างมาก โดยพบว่า GDP MSME มีการหดตัวในวิสาหกิจทุกขนาด และ หดตัวมากกว่าภาพรวมทั้งประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563ข) จากสถานการณ์ข้างต้นได้กระทบกิจกรรมทางเศรษฐกิจในวงกว้าง ธุรกิจ

ขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างมากจากความต้องการสินค้าและบริการที่ลดลง ส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปิดกิจการลง โดยกระทรวงพาณิชย์ได้แจ้งว่ามี SMEs จำนวนมากกว่า 817 ที่ได้ยกเลิกกิจการลง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563)

ทั้งนี้แม้ว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากแต่การดำเนินวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีปัญหา อุปสรรค รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ อยู่ไม่น้อย ที่ต้องได้รับการแก้ไขและสนับสนุน เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้มีความก้าวหน้า และสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ จากสถานการณ์ข้างต้นทำให้เห็นถึงปัญหาในการประกอบธุรกิจ คือ 1) ปัญหาด้านการตลาด ซึ่งยังขาดความรู้ ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดในต่างประเทศ 2) ขาดแคลนเงินทุน มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน 3) ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานมีปัญหาการเข้าออกสูง 4) ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไปผู้ประกอบการและพนักงานมักขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย 5) ข้อจำกัดด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก และ 6) ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563ก) จากสถานการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าอุปสรรคและข้อจำกัดดังกล่าวข้างต้น ส่งผลอย่างมากในการประสบความสำเร็จของผู้ประกอบการ และจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด2019 ที่ผ่านมามีส่งผลกระทบให้ผู้ประกอบการเลิกดำเนินกิจการจำนวนมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความล้มเหลวในการบริหารจัดการและดำเนินกิจการ

ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ เพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยชี้นำหรือสามารถนำไปใช้ในการดำเนินกิจการ โดยความสำเร็จของผู้ประกอบการ เป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพของกิจการในการพัฒนาธุรกิจหรือสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้โดยใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยและการแข่งขันในปัจจุบันที่มีแนวโน้มที่สูงขึ้น รวมถึงการที่องค์กรสามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างผลการดำเนินงานที่เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จผู้ประกอบการจะต้องหาความรู้ ศึกษาข้อมูลต่างๆ ที่มีผลต่อการดำเนินกิจการอย่างรอบด้าน และจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อวิเคราะห์และนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของธุรกิจซึ่งจะนำมาสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จได้ นอกจากการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจแล้ว ปัจจัยที่จะนำพาองค์กรให้ไปสู่ความสำเร็จได้นั้น ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Lumpkin And Dess (1996, อ้างถึงใน ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ, 2558: 9) ซึ่งได้กล่าวว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการประกอบไปด้วย

ปัจจัย 5 ปัจจัยคือ การมีอิสระในการบริหารงาน การมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความกล้าที่จะการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุก และปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์กรที่ส่งผลต่อองค์กรมีหลายปัจจัย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยมีตัวแบบในการพิจารณาคือ PEST Analysis ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (เรวัฒน์ ชาตรีวิศิษฏ์ และคณะ, 2553) และศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จองค์กร ซึ่งประกอบด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง, 2559)

ความสำเร็จ คือ ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจหรือบรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดไว้จำเป็นต้องมีการประเมินความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อพิจารณาถึงความสำเร็จในแต่ละด้านตามวัตถุประสงค์ซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายในการดำเนินงาน การประเมินผลแบบสมดุล เป็นวิธีหนึ่งในการประเมินผลการดำเนินงานที่ช่วยให้มองเห็นภาพรวมในการดำเนินงานทั้งในองค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่วางไว้และสร้างความสำเร็จให้แก่องค์กรได้ (ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558) การประเมินองค์กรแบบสมดุล หรือ บาลานซ์ด์ สกอร์คาร์ด (Balanced Scorecard) เป็นการวัดผลการปฏิบัติงานดำเนินงานขององค์กร หรือการประเมินองค์กรแบบสมดุล โดย กฤษณี มหาวิรุฬห์ (2546) ได้กล่าวว่า Balance Scorecard มีที่มาจาก Professor Robert Kaplan อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัย Harvard และ Dr. David Norton ที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการ ซึ่งทั้งคู่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าถึงปัญหาสาเหตุตลาดหุ้นอเมริกาประสบปัญหาปี 1987 และได้พบว่าการวัดผลทางการเงินขององค์กรเพียงอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอที่จะประเมินศักยภาพการดำเนินงานขององค์กรได้ เนื่องจากการวัดผลทางเงินเพียงอย่างเดียวจะสะท้อนให้เห็นเฉพาะสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต ไม่สามารถที่จะวัดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกองค์กรได้ และไม่สามารถวัดสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Asset) ที่จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการแข่งขันในระยะยาวได้ ด้วยเหตุนี้ในปี ค.ศ.1990 ทั้งสองท่านจึงได้ริเริ่มคิดค้นและพัฒนาเครื่องมือการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรให้มีดุลภาพมากขึ้น และต่อมาในปี ค.ศ.1992 ทั้งคู่ ได้นำเสนอแนวคิดดังกล่าวใน Harvard Business Review และได้กล่าวถึงการประเมินผลองค์กรว่า ไม่ควรมีมุมมองด้านการเงินเพียงอย่างเดียว การประเมินผลองค์กร ควรประกอบด้วย 4 มุมมอง จึงจะเรียกว่าการประเมินผลแบบสมดุล (สมคิด บางโม, 2552: 287)

การประเมินผลแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard นั้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือชี้วัด หรือ ตัวชี้วัดความสำเร็จการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ผ่าน 4 มุมมองได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านการเงิน มุมด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต) โดยงานวิจัยของ Siriwan et al. ,2013 และ Victor and Judith, 2018

ได้นำ Balance Scorecard ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มุมมอง มาประยุกต์ใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จ และประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ในพื้นที่ภาคตะวันตกของประเทศไทย ซึ่งถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 โดยศักยภาพพื้นฐานของจังหวัดอยู่ในภาคการเกษตรเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ จะอาศัยแนวทางการต่อยอดจากภาคการเกษตรด้วยเช่นกัน จังหวัดราชบุรีมีพื้นที่ทั้งหมด 3.25 ล้านไร่หรือ 5,396 ตารางกิโลเมตร โดย ในปี พ.ศ. 2563 จังหวัดราชบุรีมีจำนวน SME ทั้งสิ้น 33,100 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรี หรือ SME ในจังหวัดราชบุรี มีศักยภาพภาคการค้า การผลิต และการบริการต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง และการดำเนินงานส่วนใหญ่ต้องพบเจอปัญหาอยู่เสมอ ซึ่งการดำเนินงานส่วนใหญ่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรีขาดการบริหารจัดการและการผสมผสานแบบบูรณาการครบวงจร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยี หรือ ได้รับความร่วมมือกับสถาบันศึกษาในพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ทำให้การพัฒนาสินค้าเป็นไปอย่างล่าช้า และไม่ทันสมัย รวมถึงมีการลงทุนที่ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสถานการณ์ของตลาดที่มีการชะลอตัวลง อันเนื่องจากผลกระทบของภาพรวมเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีการหดตัวลง ทำให้ผลประกอบการของธุรกิจที่ผ่านมาลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรีไม่มีขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว และยากที่จะประสบความสำเร็จได้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีเพื่อนำข้อมูลและผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้เสนอเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพในการประกอบธุรกิจให้สามารถเติบโต และประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการ

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

3. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

4. เพื่อศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

3. สมมติฐานในการวิจัย

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อายุของกิจการ การศึกษา จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุนที่ต่างกัน ส่งต่อต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีต่างกัน

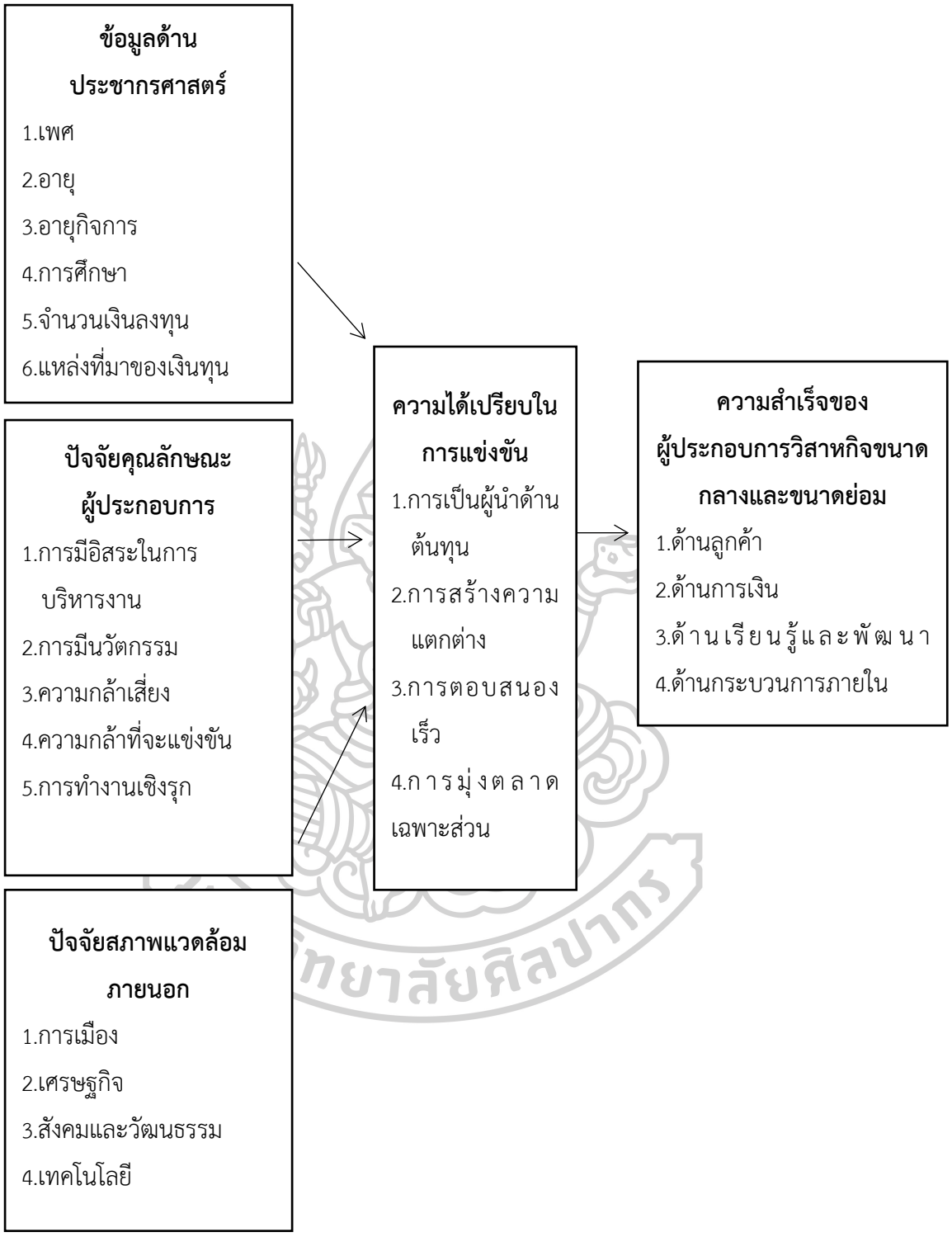
2. ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย การมีอิสระในการบริหารงาน การมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความกล้าที่จะแข่งขัน และการทำงานเชิงรุก ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

3. ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งประกอบด้วย ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

4. ความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย การสร้างความแตกต่าง ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน การตอบสนองอย่างรวดเร็ว การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

5. ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1.1.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อายุของกิจการ การศึกษา จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

1.1.2 ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ประกอบด้วย การมีอิสระในการบริหารงาน การมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความกล้าที่จะแข่งขัน และการทำงานเชิงรุก

1.1.3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี

1.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

1.2.1 ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

1.2.2 ความสำเร็จของของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และเติบโตขององค์การ

1.3 ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

1.3.1 ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี (สรวิศ ปิ่นรัตนานนท์, 2555)

1.3.2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี (เสนาะ ติเยาว์, 2550: 38)

1.3.3 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี (Siriwan et al. ,2013)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ณ ปี 2563 จำนวน 33,100 รายโดยวิธีของ Yamane ได้จำนวน 400 ราย

3. ระยะเวลา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระยะเวลาประมาณ 12 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือนสิงหาคม พ.ศ.2563 – เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2564

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ในทางวิชาการ

1.1 ทำให้ทราบถึงลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันส่งผลต่อปัจจัยลักษณะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

1.2 ทำให้ทราบถึงปัจจัยลักษณะผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

1.3 ทำให้ทราบถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

1.4 ทำให้ทราบถึงความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

2. ประโยชน์ในทางปฏิบัติ

2.1 เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ สำหรับผู้ที่สนใจ และผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี จะได้นำข้อมูลความรู้จากงานวิจัยไปเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาการวางแผน แก้ไขปัญหาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจเพื่อให้มีศักยภาพในการดำเนินการที่ดีขึ้น และประสบความสำเร็จในการประกอบกิจการ

2.2 ผลจากการวิจัยในครั้งนี้ ได้นำแนวคิดการประเมินความสำเร็จโดยการวัดผลจากการประเมินองค์กรสมดุล (Balance Scorecard) มาประยุกต์ใช้กับกรณีตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอ้างอิงจากงานวิจัยในต่างประเทศ และพบว่าธุรกิจในลักษณะเดียวกันของไทยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการประเมินผลการประกอบการได้อย่างรอบด้าน

7. นิยามศัพท์เฉพาะ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง เจ้าของกิจการ กรรมการหรือผู้จัดการ หรือตำแหน่งอื่นทางด้านการบริหาร ที่มีอำนาจในการตัดสินใจในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทกิจการการผลิต กิจการการค้า และกิจการการบริการในเขตจังหวัดราชบุรี

ปัจจัยคุณลักษณะการผู้ประกอบการ หมายถึง จุดเด่น ลักษณะเด่น หรือความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดราชบุรี ที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และสามารถช่วยให้กิจการมีประสิทธิภาพ มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ในการทำธุรกิจซึ่งประกอบไปด้วย

1. การมีอิสระในการบริหารงาน หมายถึง ความตั้งใจและความสามารถในการหาหนทางสร้างโอกาสให้แก่ตนเอง เป็นผู้ที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์บีบบังคับ และการมีเอกภาพในการทำงาน ของบุคคลหรือทีมงานในกิจการ

2. ความกล้าเสี่ยง หมายถึง การกล้าเผชิญกับความเสี่ยงของกิจการในด้านต่างๆ เช่น ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการเงิน และด้านการบริหารจัดการของบุคคล

3. การทำงานเชิงรุก หมายถึง การทำงานเชิงรุกของกิจการ การมองไปข้างหน้าเพื่อที่จะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ หรือ แสวงหาการเป็นผู้นำตลาด เช่น การออกผลิตภัณฑ์ บริการ หรือปรับกลยุทธ์ใหม่ๆ ให้กับกิจการ

4. ความกล้าที่จะแข่งขัน หมายถึง การพยายามเชิงรุกในการแข่งขันกับคู่แข่งขันของกิจการเพื่อตอบโต้คู่แข่งขัน และเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

5. การมีนวัตกรรม หมายถึง ความพยายาม หรือ ความตั้งใจของกิจการที่จะนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่เกิดจาก ความคิดสร้างสรรค์ การทดลอง ประสบการณ์

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก หมายถึง ปัจจัยหรือสภาพแวดล้อมภายนอกธุรกิจที่ผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน และความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดราชบุรี ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ปัจจัย คือ

1. ปัจจัยด้านการเมือง หมายถึง สถานการณ์ทางการเมือง เสถียรภาพของรัฐบาล นโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน และนโยบายด้านการลงทุน

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ หมายถึง มีส่วนสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินงานของกิจการ เช่น อัตราดอกเบี้ย ราคาวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการ อัตราค่าจ้างพนักงาน ค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคและพลังงาน

3. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง การปรับตัวของลูกค้าตามกระแสค่านิยมสังคม การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคมสมัยใหม่

4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี หมายถึง การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการผลิตและบริการ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร

ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการให้เหนือกว่าคู่แข่งขัน หรือ ความสามารถของกิจการในการนำกลยุทธ์มาสร้างคุณค่าได้มากกว่าคู่แข่ง ซึ่งประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ

1. การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน หมายถึง ความได้เปรียบทางด้านต้นทุน หรือการที่กิจการมีต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่งขัน

2. การสร้างความแตกต่าง หมายถึง ความสามารถของกิจการในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ หรือ แสวงหาข้อได้เปรียบในการสร้างสินค้าและบริการในลักษณะที่ไม่เหมือนใคร มีความพิเศษแตกต่างจากคู่แข่งขันรายอื่น ในธุรกิจเดียวกัน

3. การตอบสนองเร็ว หมายถึง ความรวดเร็ว ความคล่องตัวต่อการตอบสนองความต้องของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ การปรับปรุงสินค้าหรือบริการให้ดีขึ้น รวมถึงการบริหารจัดการบริหารภายในกิจการ

4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน หมายถึง การมุ่งเน้นตลาดในวงจำกัดเฉพาะส่วน หรือ การมุ่งเน้นการให้ความสำคัญกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มของกิจการ

ความสำเร็จ หมายถึง ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี โดยใช้ตัวชี้วัด หรือ หลักการพิจารณาจากองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ

1. ด้านการเงิน หมายถึง การเพิ่มขึ้นของรายได้ กำไรสุทธิ และการรักษาระดับค่าใช้จ่าย หรือการควบคุมต้นทุนในการดำเนินงานต่างๆในธุรกิจ

2. ด้านลูกค้า หมายถึง การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งตลาด ลูกค้ารายใหม่ และความสามารถในการรักษาลูกค้ารายเก่าของกิจการ

3. ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง กระบวนการภายในของกิจการ เช่น ความสามารถหรือทักษะพนักงาน การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง ความสูญเสียจากกระบวนการผลิต หรือการผิดพลาดของการบริการ การขนส่งสินค้าที่ตรงเวลา

4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์การ หมายถึง การที่ผู้ประกอบการหรือผู้มีอำนาจในการจัดการให้ความสำคัญกับบุคลากรในกิจการ โดยพิจารณาในด้านความพึงพอใจและทัศนคติของพนักงาน ทักษะของพนักงาน อัตราการเข้าออกของพนักงาน และอื่นๆ

บทที่ 2
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
2. แนวคิดเกี่ยวกับลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ
3. แนวคิดเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอก
4. แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน
5. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จโดยใช้ตัวชี้วัดแบบองค์กรสมดุล
6. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.1 ความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มาตรา 3 ระบุว่า วิสาหกิจ หมายความว่า กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา โดยแต่ละกิจการมีความหมายดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2543: 7)

1. กิจการผลิตสินค้า หมายความครอบคลุมถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิตก็คือ การเปลี่ยนรูปวัตถุให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกล หรือเคมีภัณฑ์ โดยไม่คำนึงว่างานนั้น ทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึงการแปรรูปผลิตผลการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรม การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

2. กิจการการบริการ หมายความครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ การโรงแรมและหอพัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว

3. กิจการค้าส่งและค้าปลีก หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชยกรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยกันเอง ส่วนการค้าปลีกหมายถึง การขายโดยไม่มีการเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้กับ ประชาชนทั่วไปเพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน การค้าในที่นี้มีความหมายรวมถึง การเป็นนายหน้าหรือตัวแทนการซื้อขาย สถานีบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

1.2 ลักษณะและรูปแบบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตามกฎของกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2562 ประเทศราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563 และประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เรื่องการกำหนดลักษณะของวิสาหกิจรายย่อย เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2563 โดยมีหลักเกณฑ์ในการกำหนดลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

ตารางที่ 1 เกณฑ์การแบ่งลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลักษณะวิสาหกิจ	วิสาหกิจขนาดย่อม				วิสาหกิจขนาดกลาง	
	วิสาหกิจรายย่อย		วิสาหกิจขนาดย่อม			
	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน ๑.๘	ไม่เกิน ๕	ไม่เกิน ๑๐๐	ไม่เกิน ๕๐	เกิน ๑๐๐ - ๕๐๐	เกิน ๕๐ - ๒๐๐
กิจการบริการ/ค้าส่ง/ค้าปลีก	ไม่เกิน ๑.๘	ไม่เกิน ๕	ไม่เกิน ๕๐	ไม่เกิน ๓๐	เกิน ๕๐ - ๓๐๐	เกิน ๓๐ - ๑๐๐

ในกรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม แต่มีรายได้ที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกประเภทหนึ่งให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

1. ลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่กรมสรรพากรอาศัยอำนาจตามประมวลรัษฎากรออกกฎหมาย เพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี โดยมีหลักเกณฑ์ลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ดังนี้

ตารางที่ 2 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลำดับที่	ลักษณะ
1	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วน นิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30 ล้านบาท
2	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 200 ล้านบาท และจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน
3	เป็นกิจการขายสินค้าหรือให้ บริการที่อยู่ในบังคับภาษีมูลค่าเพิ่ม ที่มีรายรับไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี หรือต่อรอบระยะเวลาบัญชีได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม

การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะกำหนดหลักเกณฑ์ธุรกิจ SMEs ลักษณะใดลักษณะหนึ่งในการให้สิทธิประโยชน์นั้น ๆ เช่น บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของ รอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและให้บริการไม่เกิน 30 ล้านบาทต่อรอบระยะเวลาบัญชี จะได้สิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ 300,000 บาทแรก หรือบริษัทฯ ที่มีแรงงานไม่เกิน 200 คน จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีหักค่าสึกหรอ และค่าเสื่อมราคา ในอัตราเร่ง เป็นต้น

การประกอบธุรกิจอาจจะจัดตั้ง แต่คนเดียวขึ้นไป หรือหากมีหุ้นส่วนร่วมกันหลายคนมักจัดตั้งในรูปแบบของนิติบุคคล โดยมีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 สรุปรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รูปแบบ	ลักษณะ
บุคคลธรรมดา	บุคคลทั่วไปที่มีชีวิตอยู่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 15)
คณะบุคคลที่มิใช่นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกาไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
ห้างหุ้นส่วนสามัญที่มิใช่นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทากิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)

ตารางที่ 3 สรุปรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ต่อ)

รูปแบบ	ลักษณะ
ห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน โดยหุ้นส่วนทุกคนไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียน เป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน หุ้นส่วนมีทั้งที่จำกัดความรับผิดและไม่จากัดความ รับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
บริษัทจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดในหนี้ต่าง ๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุน และต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
วิสาหกิจชุมชน	กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวประกอบกิจการดังกล่าว เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยมีการยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน 2548 กับกรมส่งเสริมการเกษตร

2. แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเป็น ลักษณะเด่น หรือความสามารถของผู้ประกอบการที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และสามารถช่วยให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ มีความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

McCrimmon (1995, อ้างถึงใน นราเขต ยิ้มสุข, 2552) อธิบายความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจกล้าที่จะเผชิญหน้ากับความเสี่ยงในการดำเนินกิจการไม่ว่าจะเป็นการคิดค้นผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ๆ การหาโอกาสขยายกิจการไปสู่กลุ่มตลาดใหม่ๆ

Longgenecker, Moore, Petty and Palich (2006, อ้างถึงใน สุธีรา อะทะวงษา, 2556: 22) ได้ให้นิยามผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดโดยจะต้องเผชิญความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ

วิชัย โถสุวรรณจินดา (2545) ได้ให้ความหมายผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มในการก่อตั้งองค์กรธุรกิจ เพื่อหวังผลกำไร โดยจะต้องพิจารณาถึงความเสี่ยง และความไม่แน่นอน ซึ่งพิจารณาได้เบื้องต้น 3 ประการ (1) ต้องการสิ่งใดเป็นผลตอบแทนจากการเป็นเจ้าของธุรกิจ (2) ตรวจสอบอุปสรรคต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น (3) ประเมินทักษะและความสามารถของตนเองที่จะช่วยให้ประสบความสำเร็จ

อำนาจ ธีรวนิช (2549) ได้ให้ความหมายว่า ผู้ประกอบการคือ บุคคลที่เป็นผู้ริเริ่มจัดตั้งธุรกิจ หรือ บุคคลที่ค้นหาความต้องการของตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการหาผลกำไรและการเติบโตในการประกอบกิจการ โดยผู้ประกอบการนั้นจะต้องเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ

Frese (2000, อ้างถึงใน วันวิสา โชคพรหมอนันต์, 2558) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการหมายถึง บุคคลผู้ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน ดำเนินธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรและความพอใจ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจ

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ (2545) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ริเริ่มก่อตั้งธุรกิจ โดยมีความพยายามอย่างเต็มที่เพื่อความสำเร็จของธุรกิจ

เจษฎา จันทรา (2562) ให้ความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคล หรือ กลุ่มบุคคลที่ได้ริเริ่มดำเนินการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา เพื่อมุ่งหวังผลตอบแทนจากการดำเนินธุรกิจ และมุ่งมั่นพยายามสู่ความสำเร็จ ท่ามกลางความเสี่ยงที่ต้องเผชิญ

สุธีรา อะทะวงษา (2556) อธิบายความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจที่เป็นผู้มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ แม้จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่างๆในการบริหารจัดการ

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2558) อธิบายความหมายของผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่เป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาจากการมองเห็นช่องทางในการทำธุรกิจ โดยมีการนำสินทรัพย์ต่าง ๆ เช่น เงินทุน ที่ดิน แรงงาน ความรู้ มาสร้างสรรค์ประยุกต์ในกิจการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเพื่อผลกำไรจากการดำเนินงาน และต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน

จากความหมายดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ คือ บุคคลที่ริเริ่มก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาจากการมองเห็นความต้องการของตลาด หรือ มองเห็นโอกาสในทางธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อมุ่งหวังผลตอบแทน และเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ในขณะที่จะต้องพร้อมยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ

2.2 แนวคิดคุณลักษณะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship Orientation)

Miller (1983) กล่าวว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ คือ พฤติกรรม ค่านิยม ความเชื่อ ที่จะแสดงออกในการดำเนินธุรกิจซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อผลการดำเนินงาน การเจริญเติบโตของธุรกิจ

รวมถึงความได้เปรียบทางการแข่งขัน ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการจะต้องมีคุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก

Covin and Slevin (1991, อ้างถึงใน สุธีรา อะทะวงษา 2556: 19) กล่าวว่า ลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย ปัจจัยนวัตกรรม การเผชิญกับความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ว่าลักษณะของผู้ประกอบการดังกล่าว จะสะท้อนพฤติกรรมของผู้บริหาร 3 ประการคือ

1. ความมีนวัตกรรม จะสะท้อนพฤติกรรมถึงจำนวนความถี่และขอบเขตการพัฒนานวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งมีส่วนสัมพันธ์กับผู้บริหารในการพัฒนาเทคโนโลยี

2. การเผชิญกับความเสี่ยง จะสะท้อนพฤติกรรมการที่ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการต้องเผชิญกับเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านการตัดสินใจในการลงทุน หรือ ความเสี่ยงในการดำเนินกิจการภายใต้สภาวะและสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

3. การทำงานเชิงรุก จะสะท้อนพฤติกรรมทางธรรมชาติของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่ต้องแสดงออกในยามที่ธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันในตลาด

Lumpkin And Dess (1996, อ้างถึงใน ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ 2558: 9) ได้มีการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ โดยได้มีการนำเสนอมิติของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ที่สามารถใช้และช่วยพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยมี 5 ประการ ได้แก่

1. การมีนวัตกรรม หมายถึง ความตั้งใจ หรือ ความพยายามที่จะนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ที่เกิดจาก เทคโนโลยีใหม่ๆ ความคิดสร้างสรรค์ การทดลอง ประสบการณ์

2. ความกล้าเสี่ยง หมายถึง ความกล้าที่จะเสี่ยงในการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ต่างๆ ที่ไม่แน่นอน เช่น การลงทุนเพิ่มในกิจการ การกู้ยืมเงินเพื่อเสริมสภาพคล่องในกิจการ

3. การทำงานเชิงรุก หมายถึง การมองไปข้างหน้าเพื่อที่จะแสวงหาช่องทางธุรกิจ หรือแสวงหาการเป็นผู้นำตลาด เช่น การออกผลิตภัณฑ์ บริการ หรือปรับกลยุทธ์ใหม่ๆ ให้กับธุรกิจ

4. การมีเป็นอิสระในการบริหารงาน หมายถึง การมีอิสระในการตัดสินใจ หรือการมีอิสระในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลเพื่อมุ่งหวังที่จะผลักดันให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมายและวิสัยทัศน์ขององค์กร

5. ความกล้าที่จะแข่งขัน หมายถึง การพยายามให้กิจการมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งขันเพื่อตอบโต้คู่แข่งขัน และเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ

Dess, Lumpkin and Taylor, (2005, อ้างถึงใน วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนันท์, 2561) เสนอมิติของความสามารถของผู้ประกอบการ ออกเป็น 5 ด้าน คือ

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) หมายถึง ความตั้งใจและความสามารถในการหาหนทางสร้างโอกาสให้แก่ตนเอง เป็นผู้ที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในสถานการณ์บีบบังคับ

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การริเริ่ม หรือ ผู้ที่มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้า หรือ บริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) หมายถึง ความกล้าที่จะเสี่ยง แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากของตนในการก่อตั้งกิจการ และการกู้ยืมทรัพย์สินจำนวนมาก

4. ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ (Proactiveness) หมายถึง ความสามารถในการควบคุม และ คาดการณ์สถานการณ์ต่างๆ ปัญหา หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ซึ่งแสดงให้เห็นถึงมุมมองของผู้ประกอบการในการคาดการณ์สถานการณ์ล่วงหน้าในอนาคตที่จะมาพร้อมนวัตกรรมใหม่ๆ หรือ กิจกรรมใหม่ที่ต้องลองเสี่ยง

5. ความแกร่งในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) หมายถึง ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นพยายาม ให้กิจการมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งขันในตลาด การทำให้คู่แข่งเข้าสู่ตลาดเดียวกันได้ลำบาก

Frese (2000, อ้างถึงใน วันวิสาข์ โชคพรหมออนันต์, 2558: 3) อธิบายความหมายของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะส่วนตัวของผู้ประกอบการ ที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดความสำเร็จ ซึ่งสามารถวัดผลและประเมินได้จาก 6 คุณลักษณะได้แก่

1. ความเป็นตัวของตัวเอง คือ การมีลักษณะที่เป็นตัวของตัวเองในเรื่องการตัดสินใจ หรือดำเนินการทำอะไรด้วยตนเองด้วยความสามารถ

2. ความมีนวัตกรรม คือ การมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับ ความต้องการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ บริการใหม่ๆ รวมถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง คือ การมีความกล้าเสี่ยงต่อการใช้สินทรัพย์จำนวนมากในธุรกิจ การมีความกล้าเสี่ยงในการกู้ยืมเงินเพื่อมาใช้ในกิจการจำนวนมาก และการกล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ยังไม่รู้

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน คือ การมีความพยายามที่จะอยู่เหนือคู่แข่งในตลาดเดียวกัน ทำให้คู่แข่งขันยากที่จะเข้ามาสู่ในตลาดเดียวกัน

5. ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ คือ มีความสม่ำเสมอในการดำเนินงาน หรือมีความมั่นคงไม่หวั่นไหวกับสถานการณ์การต่างๆ ที่เกิดขึ้น และใฝ่ใจในการเรียนรู้จากข้อผิดพลาด หรือ ข้อบกพร่องจากการดำเนินงาน

6. ความใฝ่ใจในความสำเร็จ คือ การที่ผู้ประกอบการมีความพยายามฝักใฝ่ในความสำเร็จ ชอบความท้าทาย มีแรงจูงใจแรงกระตุ้นที่จะทำงานนั้นๆ เพื่อให้ประสบความสำเร็จ

Dess, Lumpkin and Taylor (2005, อ้างถึงใน สุธีรา อะทะวงษา, 2556) กล่าวว่า มิติของการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย 5 มิติ ได้แก่ ความเป็นอิสระ ในการบริหารงาน การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก ความสามารถในการแข่งขัน และการเผชิญกับความเสี่ยง โดย 5 มิติดังกล่าว สามารถใช้ร่วมกันเพื่อพัฒนาความสามารถ ผ่านรูปแบบการตัดสินใจ และการดำเนินงานขององค์การซึ่งรายละเอียดของแต่ละมิติมีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) คือ การปฏิบัติงานด้วยความอิสระ หรือการมีอิสระของบุคคลหรือทีมงานในองค์การ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย บรรลุความสำเร็จ และวิสัยทัศน์ขององค์การ กล่าวคือ การมีเอกภาพในการทำงาน ของบุคคลหรือทีมงานในองค์การ โดยปราศจากข้อจำกัดขององค์การ จะสามารถช่วยผลักดันให้เกิดแนวคิด ใหม่ๆ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งในการพัฒนาความสามารถขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และถือเป็นวัฒนธรรมองค์การที่ดีที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ และควรติดตามประเมินผลการบริหารงานะเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพในการพิจารณาถึงความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การมีความพยายามที่จะแสวงหาความคิดใหม่ สิ่งแปลกใหม่ การทดลองใหม่ หรือ กระบวนการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่อาจจะนำไปสู่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ขององค์กรได้ กล่าวคือ ความมีนวัตกรรมนั้น แสดงให้เห็นถึงผู้ประกอบการมีความคิดที่จะพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า หรือ บริการใหม่ๆ โดยเกี่ยวข้องกับการทดลอง รวมถึงการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี ผู้ประกอบการที่มีการสนับสนุนหรือส่งเสริมการทดลอง และการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในองค์กร จะช่วยให้พนักเกิดความคิดสร้างสรรค์ และองค์การเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางเทคโนโลยีได้

3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) คือ การแสดงออกถึงความพยายามที่จะแสวงหาโอกาสใหม่ๆ เช่น การแสวงหาผลิตภัณฑ์สินค้า หรือ บริการใหม่ๆ ให้กับองค์การ โดยการตรวจสอบติดตาม หาข้อมูลข่าวสาร แนวโน้มความต้องการของลูกค้าในตลาดเดิม และคาดการณ์ถึงความต้องการที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินงานภายในเพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถทำให้องค์การมีการทำงานเชิงรุกได้ โดยการกำหนดภารกิจขององค์การในการมุ้งเน้นการเป็นผู้นำในตลาด เช่น การนำเสนอสินค้าหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ นอกจากการมุ้งเน้นการเป็นผู้นำในตลาดแล้ว การมีความพยายามที่จะแสวงหา สินค้า หรือ บริการใหม่อย่างต่อเนื่อง และแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบต่างๆ ที่มีต้นทุนต่ำ จะช่วยให้องค์กรมีการทำงานเชิงรุก และมีความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านต้นทุน ซึ่งองค์กรจะได้รับผลประโยชน์จากความได้เปรียบดังกล่าวในรูปของผลกำไร

4. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) คือ ความพยายามที่จะพัฒนาความสามารถเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อครองตำแหน่งในตลาด

โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ อาทิ เช่น การลดราคาสินค้า การสร้างความแตกต่างเพื่อไม่ให้คู่แข่งขันรายใหม่เข้ามาตลาดเดียวกันได้ง่าย และการพัฒนาความสามารถในกำลังการผลิตเพื่อให้ได้ต้นทุนต่ำ

5. การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk Taking) คือ การเผชิญกับความเสี่ยงของผู้ประกอบการ โดยสามารถแบ่งความเสี่ยงได้ 3 ประเภท คือ

(1) ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business Risk) เกี่ยวข้องกับการไม่ทราบถึงโอกาส และความน่าจะเป็นในการประสบความสำเร็จ หรือ การเข้าสู่ตลาดใหม่โดยไม่มีการทดสอบ และไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ดีพอ

(2) ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial Risk) เกี่ยวข้องกับการเงินของกิจการ เป็นความเสี่ยงจากการกู้ยืมเงินในจำนวนมาก เพื่อลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆของกิจการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายกิจการ หรือพัฒนาการเติบโต ซึ่งการลงทุนดังกล่าวนั้นกิจการจะต้องมีความเสี่ยงในผลตอบแทนที่ไม่สามารถคาดเดาได้

(3) ความเสี่ยงของบุคคล (Personnel Risk) เกี่ยวข้องกับความเสี่ยงในการตัดสินใจของผู้บริหารในองค์การในการใช้กลยุทธ์ โดยเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นเพื่อหวังผลลัพธ์ตามเป้าหมายขององค์การ หากผู้บริหารมีความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆได้ดี จะสามารถลดความเสี่ยงและหลีกเลี่ยงความเสี่ยงนั้นได้

Connor (2002) กล่าวว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เป็นสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ไม่สามารถจับต้องได้ และไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ซึ่งถือเป็นสินทรัพย์ของผู้ประกอบการที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะส่งเสริมศักยภาพขององค์กรได้

Lee and Peterson (2000) กล่าวว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ 5 ประการ คือ ความมีนวัตกรรม การยอมรับความเสี่ยง การทำงานเชิงรุก ความเป็นอิสระในการทำงาน และความก้าวร้าวในการแข่งขัน จะทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น และยังสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรได้

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทำให้ได้ข้อสรุปว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง จุดเด่น ลักษณะเด่น หรือความสามารถของผู้ประกอบการ ที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และสามารถช่วยให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ มีความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย การมีอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk Taking) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมาศึกษาเป็นตัวแปรต้นในกรอบแนวคิด และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนา

แบบสอบถามเรื่อง ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรเป็นปัจจัยที่องค์กรหรือผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ของธุรกิจซึ่งมีผลต่อการดำเนินงานของกิจการ และมีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

3.1 ความหมายและความสำคัญของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรรวมถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกนั้นเป็นสิ่งที่ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ จึงจำเป็นที่จะต้องติดตามเพื่อปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยนั้นๆ องค์กรจะสามารถทำกำไรและประสบความสำเร็จได้ หรือ ขาดทุนจนนำมาซึ่งความล้มเหลวขององค์กรได้นั้น จะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสำคัญ ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้ประกอบการจะต้องคอยติดตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมและนำการเปลี่ยนแปลงนั้นมาประยุกต์ใช้กับการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (เสนาะ ติเยาว์, 2550: 38)

สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร โดยสภาพแวดล้อมภายนอกผู้บริหารสามารถนำปัจจัยดังกล่าวมาใช้ประโยชน์เป็นโอกาสในการดำเนินงานขององค์กรได้ ซึ่งกล่าวคือ องค์กรจะได้รับผลประโยชน์เชิงบวกหรือสร้างความได้เปรียบเมื่อนำปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมาปรับใช้เข้ากับการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร (อนิวัช แก้วจำนงค์, 2555: 34)

สิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรธุรกิจ (External Environment) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่องค์กรควรติดตามอย่างสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์หรือโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสมและสอดคล้องเพื่อผลประโยชน์และความอยู่รอดขององค์กร เนื่องจากเป็นสิ่งแวดล้อมภายนอกที่องค์กรธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ (ภาวิณี กาญจนาภา, 2554)

3.2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฏ์ และคณะ (2553, อ้างถึงใน ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558) อธิบายว่าสภาพแวดล้อมภายนอกทั่วไปเป็นสภาพแวดล้อมที่อาจไม่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยตรง การพิจารณาสภาพแวดล้อมทั่วไป จะมีการพิจารณาโดยใช้ PEST Analysis ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

3.2.1 ปัจจัยทางด้านการเมือง (Political Factor)

ปัจจัยทางด้านการเมือง คือ การวิเคราะห์ข้อมูลทางการเมือง นโยบายทางการเมืองต่างๆ ที่มีผลต่อกลุ่มอุตสาหกรรม รวมถึงเสถียรภาพทางการเมืองของรัฐบาล ซึ่งมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร

3.2.2 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor)

ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมที่มีส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจ เพราะมีผลต่อการดำเนินงาน ผลประกอบการ รายได้ และกำไร โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบไปด้วย อัตราดอกเบี้ย อัตราภาษี อัตราเงินเฟ้อ ราคาน้ำมันดิบ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ผู้ประกอบการควรติดตามและวิเคราะห์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง

3.2.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture Factors)

ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภค ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อองค์กรที่จะต้องศึกษาและทำความเข้าถึงพฤติกรรมการบริโภคของคนในสังคม และวัฒนธรรมนั้นๆ เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม โดยปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมประกอบไปด้วย อาทิเช่น ค่านิยม ความเชื่อ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นต้น

3.2.4 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factors)

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี การเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ช่วยให้ให้กระบวนการผลิตสินค้าหรือบริการ กระบวนการทำงาน รวมถึงเครื่องจักรกลอุตสาหกรรม มีการพัฒนาขึ้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

3.3 ประโยชน์ของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กรเป็นกระบวนการสำคัญต่อการดำเนินกิจการหรือการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆขององค์กร โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจะทำให้องค์กรทราบถึงโอกาสใหม่ๆในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการมองเห็นภัยคุกคามที่จะสามารถช่วยให้ตัดสินใจในการวางแผนหรือการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้

ธิติรัตน์ วิศาลเวทย์ (2540) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรมีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น สภาพแวดล้อมทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ซึ่งเป็นปัจจัยสภาพแวดล้อมที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ ผู้บริหารจึงต้องให้ความสำคัญการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร เพื่อใช้นำมาเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์ให้องค์กรมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน

Akdogan and Cingoz (2012) กล่าวว่า ในโลกปัจจุบันความสามารถขององค์กรในการยอมรับการเปลี่ยนแปลงจะเป็นตัวกำหนดความสำเร็จ และความยั่งยืน หรือ แม้กระทั่งการอยู่รอด ทุกวันนี้สิ่งแวดล้อมองค์กรมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก องค์กรต่างๆ ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ๆ ในทุกๆ วัน มีการแข่งขันที่รุนแรงเพิ่มมากขึ้น แรงกด และความเสี่ยงต่างๆที่ขัดขวางไม่ให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย ดังนั้นการยอมรับและเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมนั้นจะช่วยให้องค์กรมีการเติบโตอยู่รอด สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกันได้

Balasundaram (2008) กล่าวว่า การพิจารณาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมขององค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ที่มีความสำคัญในการค้นพบโอกาสใหม่ๆในธุรกิจ รวมถึงการมองเห็นถึงภัยคุกคามที่จะสามารถช่วยให้ตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ได้ นักวิจัยหลายๆคนตระหนักถึงความจำเป็นที่จะต้องศึกษาสิ่งแวดล้อมขององค์กรอย่างต่อเนื่อง และรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการศึกษาสิ่งแวดล้อมมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์

Hitt, Ireland, and Hoskisson (2011) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรมีผลต่อความสามารถในการสร้างและค้นพบโอกาสขององค์กร ซึ่งการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมช่วยอำนวยความสะดวกในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการจัดหาทรัพยากรตลอดจนการระบุโอกาสในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา (2555, อ้างถึงใน ศิริญา ตังนฤมิตร, 2558) กล่าวว่า ประโยชน์ของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กร สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ช่วยให้องค์กรสามารถใช้ความรู้ ทักษะ ความสามารถหลักขององค์กรเพื่อฉกฉวยโอกาสที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ช่วยให้องค์กรสามารถทราบถึงภัยคุกคามในปัจจุบันและอนาคต ที่มาจากโอกาสหรืออุปสรรค

3. ช่วยให้องค์กรได้รับประโยชน์ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์จากจุดด้อยเป็นจุดเด่น

4. เพื่อองค์กรสามารถที่จะวางแผนด้านกลยุทธ์ได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมองค์กรจะช่วยให้ทราบถึงทิศทางและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

5. ผู้บริหารได้ทราบถึงสถานการณ์การแข่งขันในอุตสาหกรรมว่ารุนแรงเพียงใด

6. ช่วยให้ผู้บริหารทราบถึงความสอดคล้องระหว่างการดำเนินกลยุทธ์หลักขององค์กรในปัจจุบันและสภาพแวดล้อม

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง พบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรมีผลต่อการดำเนินงานของกิจการ และมีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านเทคโนโลยี ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปร ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมาศึกษาเป็นตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดในการวิจัย และ

นำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถาม เรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

4.แนวคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินงานในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดี และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

4.1 ความหมายของความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูล งานวิจัย เอกสารที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีนักวิชาการ ผู้วิจัยหลายท่านได้ศึกษาและได้ให้คำนิยามและความหมายของความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนี้

Porter (1980, อ้างถึงใน กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง, 2559) กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง กลยุทธ์ที่ทำให้องค์กรอยู่ในตำแหน่งที่เหนือหรือได้เปรียบกว่าคู่แข่งขัน ด้วยวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีที่สุด โดยที่มีต้นทุนต่ำ หรือจุดเด่นอื่นๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งนี้องค์กรจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันได้นั้น จะต้องสร้างความแตกต่าง 3 ด้าน ได้แก่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์ (2552: 190) กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าการสร้างความเหนือกว่าคู่แข่งขัน การตอบรับการเปลี่ยนแปลงและยืดหยุ่นได้ตลอดเวลา และการสร้างความแตกต่างในด้านคุณลักษณะ

สมยศ นาวีการ (2548) กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ความได้เปรียบขององค์กรในด้านต่างๆ เช่น ด้านการดำเนินงานองค์กรสามารถดำเนินงานได้ดีกว่าคู่แข่ง หรือการดำเนินงานนั้นคู่แข่งไม่สามารถทำได้ นอกจากนั้นการที่องค์กรมีสินทรัพย์ที่คู่แข่งขันไม่มีเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันเช่นกัน โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นต่อความสำเร็จ ความอยู่รอดขององค์กรในระยะยาว

วิทยา ด่านธำรงกุล (2546) ได้ให้ความหมายว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง การที่องค์กรสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้า หรือ บริการ ที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรมที่เหนือกว่าองค์กรอื่นๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถ สรุปได้ว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรที่มี การใช้กลยุทธ์การดำเนินงานต่างๆ ในการสร้างผลิตภัณฑ์ หรือ บริการ

ที่มีจุดเด่น ประสิทธิภาพ คุณประโยชน์และราคา ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่งขัน

4.2 แนวคิดการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นการสร้างในสิ่งที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน โดยการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์หรือบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมาย หรือ การนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ โดยความได้เปรียบในการแข่งขันมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ มีความก้าวหน้าเจริญเติบโตและยั่งยืนได้

Porter (1980) กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้องค์กรอยู่ในตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งขัน โดยมีกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้วยวิธีดังต่อไปนี้

(1) การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Cost Leadership) เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และคุณประโยชน์ทัดเทียมคู่แข่งในตลาดเดียวกัน ในขณะที่องค์กรมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าคู่แข่งขัน จึงสามารถนำเสนอราคาสินค้า หรือ บริการได้ต่ำกว่าคู่แข่งในมีผลให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มมากขึ้น

(2) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) องค์กรสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่มีจุดเด่น ประสิทธิภาพ และ คุณประโยชน์เหนือกว่าคู่แข่งขันในตลาดเดียวกัน หรือเรียกว่ามีความได้เปรียบทางด้านการสร้างความแตกต่าง

(3) การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Focus) เป็นการมุ่งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ หรือ กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แคบ เพื่อให้องค์กรสามารถศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างชัดเจน และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้อย่างสูงสุดจนเกิดความภักดี มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้องค์กรสามารถจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคตอีกด้วย

พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และ พสุ เดชะรินทร์ (2546) ได้กล่าวถึง ความสามารถที่ใช้ในการแข่งขันของธุรกิจ ดังนี้

(1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Lower Cost) คือ การที่องค์กรมีต้นทุนผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่งขัน โดยเป็นผลมาจากความสามารถในการผลิตขององค์กร

(2) การสร้างความแตกต่าง (Differentitaion) คือ ความสามารถในการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณลักษณะที่โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่งขัน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่งขัน

(3) การมุ่งเน้นลูกค้า (Focus) มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ หรือการพยายามสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าหลักของตลาด

เขมมารี รักษ์ชูชีพ (2556) กล่าวว่า การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการที่องค์กรสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งในด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนและการสร้างความแตกต่าง โดยมีปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมคือ ประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังต่อไปนี้

1. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Low Cost) คือการผลิตสินค้าและบริการโดยใช้ต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง เมื่อต้นทุนที่ผลิตต่ำกว่าคู่แข่งก็สามารถขายสินค้าถูกกว่าผู้อื่นได้ ต้นทุนต่ำแต่สินค้าต้องได้มาตรฐานเทียบกับคู่แข่งได้เช่นกัน การที่ผู้ผลิตขายสินค้าถูกย่อมส่งผลให้ขายสินค้าได้ปริมาณมากขึ้น กำไรก็สูงขึ้นตามมาด้วย เช่น การประหยัดที่เกิดจากขนาดเมื่อผลิตสินค้าเป็นจำนวนมากทำให้ต้นทุนน้อยลง ประสบการณ์จากการเรียนรู้เมื่อผลิตบ่อย ๆ ทำให้เกิดความเชี่ยวชาญ สินค้าได้ขนาดคุณภาพตามที่ต้องการ ของเสียก็จะลดลงทำให้ต้นทุนน้อยลงได้ หรือต้นทุนการผลิตจำพวกปัจจัยด้านแรงงาน วัตถุดิบ ที่ตั้งโรงงาน ส่งผลทำให้ต้นทุนลดลง

2. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) คือกลยุทธ์ที่ทำให้สินค้าไม่เหมือนใคร มีความเป็นพิเศษ (Uniqueness) มีคุณค่าในตัวสินค้า (Value) ต้องทำการวิจัยพฤติกรรมของลูกค้าว่าสิ่งที่ลูกค้าชอบคืออะไร องค์กรจะต้องพัฒนาสมรรถนะเพื่อสนองตอบต่อสิ่งที่ลูกค้าต้องการให้ได้ เช่น การมีรูปลักษณ์ของสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่งและดึงดูดลูกค้าให้ได้ มีภาพลักษณ์ที่ดีทำให้ลูกค้าซื้อสินค้าแล้วภูมิใจเมื่อใช้สินค้านั้น ๆ หรือการมีเทคโนโลยีที่มีคุณภาพและทันสมัย

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) ได้กล่าวถึงแนวคิดการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันว่า องค์กรจะสามารถอยู่รอดในตลาด และสามารถรักษาตำแหน่งทางการตลาดหรืออยู่ในตำแหน่งที่เหนือกว่าคู่แข่งขันในตลาดได้ จะต้องมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ดังนี้

1. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation)

เป็นการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีลักษณะเฉพาะ ไม่เหมือนใคร (Unique Bundles) และสามารถสร้างคุณค่า สร้างการรับรู้ถึงความแตกต่าง ทำให้ลูกค้าเกิดความเต็มใจที่จะจ่ายเพื่อบริโภค หรือ กล่าวคือ เป็นความสามารถขององค์กรที่สามารถจัดหาสิ่งที่มีลักษณะเฉพาะและคุณค่าที่เหนือกว่าให้กับผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ คุณลักษณะพิเศษ และการบริการหลังการขาย ในส่วนของ อนิวัช แก้วจำนง (2555) กล่าวว่า การสร้างความแตกต่างเป็นการดำเนินงานขององค์กรที่มุ่งสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการให้โดดเด่น มีความพิเศษ สามารถสร้างความพิเศษให้กับลูกค้าเหนือกว่าคู่แข่งขัน โดยองค์กรสามารถสร้างความแตกต่างเพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้หลายด้าน ดังนี้

1.1 การบริการหลังการขาย (After – Sales Service) เป็นการมุ่งเน้นการอำนวยความสะดวก และคุณภาพของบริการการขาย เช่น การรับประกันสินค้าเป็นเวลา 1 ปี ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

1.2 เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม (Technological Innovation) การนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีความแตกต่างในเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมซึ่งจะสามารถสร้างจุดเด่นให้แก่องค์กร และสามารถสร้างความสนใจและดึงดูดลูกค้าได้ง่าย

1.3 คุณลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์ (Product Feature) เป็นการสร้างความแตกต่างในลักษณะทางกายภาพ และสมรรถภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น โทรทัศน์จอแบน

1.4 ชื่อเสียงของกิจการ (Reputation of the firm) เป็นการสร้างชื่อเสียงขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก มีส่วนสำคัญในการจำหน่ายสินค้า

1.5 การผลิตอย่างสม่ำเสมอ (Manufacturing Consistency) เป็นการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสม่ำเสมอ องค์กรต้องประสานหน่วยงานต่างๆ และต้องมีการควบคุมกระบวนการผลิต เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าหรือบริการออกมาได้อย่างมีคุณภาพ เนื่องจากเป็นปัจจัยแรกๆ ที่ลูกค้าให้ความสำคัญ

1.6 เครื่องหมายเฉพาะ (Status Symbol) เป็นเครื่องหมายหรือเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงสภาพภาพ หรือ ฐานะของบุคคลทางสังคม ซึ่งสามารถสร้างความเชื่อถือ ความไว้วางใจ รวมถึงความจงรักภักดีในตัวสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภค

2. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership)

การผลิตสินค้าหรือบริการที่มีต้นทุนต่ำ กว่าคู่แข่งขัน ในขณะที่คุณภาพหรือคุณสมบัติมีความทัดเทียมหรือไม่ต่างจากคู่แข่งขัน ทำให้สามารถตั้งราคาได้ต่ำกว่าคู่แข่งขัน ธุรกิจจึงสามารถสร้างส่วนแบ่งทางการตลาดและกำไรเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้น อนิวัช แก้วจำนง (2555) กล่าวว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านผู้นำต้นทุนจะสามารถช่วยป้องกันไม่ให้คู่แข่งขันรายใหม่เข้ามาแข่งขันในตลาดเนื่องจากผู้นำด้านต้นทุนอยู่ในตำแหน่งที่ได้เปรียบในการแข่งขันด้านราคาและปัจจัยการผลิต ซึ่งองค์กรธุรกิจสามารถดำเนินการความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนได้ดังนี้ คือ

2.1 การประหยัดจากขนาดการผลิต (Economies of scale) องค์กรสามารถประหยัดการผลิตได้ โดยการผลิตสินค้าในจำนวนมากๆ ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยในการผลิตขององค์กรลดลง

ทรัพยากรสำคัญที่ใช้ในการผลิต เช่น แรงงาน เงินทุน วัตถุดิบ และวัสดุอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมโดยการสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นในความรู้สึกของลูกค้า

2.3 ผลจากเรียนรู้และประสบการณ์ (Learning and Experience Curve Effect) องค์กรนำความรู้และประสบการณ์ที่ได้จากการดำเนินงานที่ผ่านมาในอดีต มาพัฒนาใช้จนเกิดการลดลงของต้นทุนในการทำกิจกรรมดำเนินงานต่างๆ

2.4 ผลประโยชน์จากการรวมตัวในแนวดิ่ง (Benefits of Vertical Integration) การร่วมมือในการรวมกิจกรรมกับผู้ขายปัจจัยการผลิตและคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายทำให้เกิดอำนาจต่อรองและเกิดการประหยัดจากต้นทุนในการผลิตและจำหน่าย

2.5 การตัดสินใจเลือกวิธีที่ดีที่สุดในการดำเนินงาน (Best Choices and Operating) เป็นการตัดสินใจเลือกวิธีในการดำเนินงาน โดยทำให้องค์กรสามารถเพิ่มหรือลดต้นทุนการดำเนินงานได้ เช่น การลดต้นทุนขายโดยการผลิตจำนวนมาก ลดความหลากหลายของสินค้า หรือการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหาร โดยการลดค่าจ้างหรือสวัสดิการผลประโยชน์พนักงาน

3. การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response)

เป็นความคล่องตัวต่อการตอบสนองต่อความต้องของผู้บริโภคที่รวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า การบริการหลังการขาย การขนส่งสินค้า หรือการตัดสินใจในการบริหารจัดการ อนิวัช แก้วจำนง (2555) กล่าวว่า องค์กรที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วกว่าย่อมสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากกว่าคู่แข่งขัน และหากองค์กรใดไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วลูกค้าก็พร้อมที่จะเลือกซื้อสินค้าจากองค์กรคู่แข่ง ทั้งนี้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้ดังนี้

3.1. การส่งมอบผลิตภัณฑ์ (Delivery of Ordered Products) การส่งมอบผลิตภัณฑ์ด้วยความรวดเร็ว และถูกต้อง สินค้าไม่มีความชำรุดหรือเกิดการเสียหายจากการขนส่ง ลูกค้าจะเกิดการยอมรับและเชื่อใจในการส่งมอบ มีผลต่อความภักดีในการสั่งสินค้าในครั้งต่อๆ ไป

3.2 การตอบคำถามลูกค้า (Answering Customer Question) การที่ลูกค้าได้รับความสะดวกรวดเร็ว ในการตอบคำถามด้วยความชัดเจน และจริงใจ จะช่วยสร้างความรู้สึกดีๆกับช่วยให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว สามารถเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้

3.3 การพัฒนาสินค้าใหม่ (Developing New Products) องค์กรที่มีการพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ จะสามารถครองส่วนแบ่งการตลาดได้เหนือกว่าคู่แข่งที่มีการพัฒนาสินค้าได้ช้ากว่า เช่น โทรศัพท์มือถือ IPHONE ของ APPLE มีการพัฒนาระบบและออกรุ่นใหม่ทุกๆ ปี ส่งผลให้กิจการมีรายได้ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันที่คู่แข่งสามารถเอาชนะได้ยาก

3.4 การปรับปรุงสินค้าเก่า หรือ สินค้าเดิมที่มีอยู่ (Improving Existing Product) สินค้าเก่าหรือสินค้าเดิมที่กิจการได้จำหน่ายให้กับลูกค้า ย่อมได้รับผลตอบรับเกี่ยวกับจุดเด่น ข้อเสีย หรือ

จุดที่ควรปรับปรุง หากองค์กรมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า สินค้านั้นจะสามารถดำรงอยู่ในตลาดได้ตลอดไปซึ่ง เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

3.5 การใช้กลยุทธ์ทางการตลาด (Marketing Strategies) กลยุทธ์ทางการตลาดมีส่วนสำคัญต่อชัยชนะเหนือคู่แข่ง องค์ใดสามารถนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ได้มากกว่าย่อมได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน

4. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Market Focus)

อนิวัช แก้วจำนง (2555) กล่าวว่าเป็นการมุ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเจาะจงตอบสนองกลุ่มลูกค้าเฉพาะในวงแคบ หรือ ตลาดที่แคบ (Niche Market) ด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เหมาะสมกับตลาดเป้าหมาย เมื่อองค์กรมีความชำนาญมากขึ้น สามารถขยับขยายการดำเนินงานไปสู่ตลาดอื่นๆ ต่อไป ในส่วนของ สุวรรณี อนันตสายนนท์ (2547, อ้างถึงใน กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง, 2559) กล่าวว่า การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เป็นการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนเพียงอย่างเดียว ไม่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่จะเป็นพื้นฐานที่มีผลกระทบต่อการดำเนินการความได้เปรียบในการแข่งขันต่อไป

จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี สรุปได้ว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ความได้เปรียบที่เหนือคู่แข่งขันที่กิจการสามารถสร้างได้ โดยการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์หรือบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมาย หรือ การนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ซึ่งกิจการสามารถสร้างคุณค่านั้นได้ด้วยการสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว การนำเสนอคุณค่าด้วยต้นทุนที่ต่ำ หรือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยความได้เปรียบในการแข่งขันมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งการมีความได้เปรียบที่โดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่งขันในตลาดจะทำให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าเจริญเติบโตและยั่งยืน

ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรความได้เปรียบในการแข่งขันดังกล่าว มาศึกษาเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวคิดในการวิจัย และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

5. แนวคิดความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard

เป็นเครื่องมือที่ได้ยอมรับในการยอมรับอย่างแพร่หลายในการนำมาประยุกต์ใช้เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงาน และความสำเร็จขององค์กร โดย BSC นั้นเป็นเครื่องมือที่สามารถจัดการ

ทรัพยากรขององค์กรให้สามารถวัดผลการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรมไม่ว่าจะเป็นในรูปของเงินหรือคุณค่าหรือศักยภาพที่จะทำให้กระบวนการบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5.1 ความหมายของความสำเร็จในการดำเนินงาน (Balance Scorecard)

บาลานซ์ด์ สกอร์คาร์ด (Balanced Scorecard) หรือที่กล่าวย่อว่า BSC เป็นการวัดผลการปฏิบัติงานดำเนินงานขององค์กร หรือการประเมินองค์กรแบบสมดุล โดย กฤษณี มหาวิรุฬห์ (2546) ได้กล่าวว่า Balance Scorecard มีที่มาจาก Professor Robert Kaplan อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัย Harvard และ Dr. David Norton ที่ปรึกษาด้านการบริหารจัดการ ซึ่งทั้งคู่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าถึงปัญหาสาเหตุตลาดหุ้นอเมริกาประสบปัญหาปี 1987 และได้พบว่าการวัดผลทางการเงินขององค์กรเพียงอย่างเดียวนั้นไม่เพียงพอที่จะประเมินศักยภาพการดำเนินงานขององค์กรได้ เนื่องจากการวัดผลทางเงินเพียงอย่างเดียวจะสะท้อนให้เห็นเฉพาะสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีต ไม่สามารถที่จะวัดผลกระทบจากปัจจัยภายนอกองค์กรได้ และไม่สามารถวัดสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Asset) ที่จะส่งผลกระทบโดยตรงต่อการแข่งขันในระยะยาวได้ ด้วยเหตุนี้ในปี ค.ศ.1990 ทั้งสองท่านจึงได้ริเริ่มคิดค้นและพัฒนาเครื่องมือการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรให้มีดุลภาพมากขึ้น และต่อมาในปี ค.ศ.1992 ทั้งคู่ ได้นำเสนอแนวคิดดังกล่าวใน Havard Business Review และได้กล่าวถึงการประเมินผลองค์กรว่า ไม่ควรมีมุมมองด้านการเงินเพียงอย่างเดียว การประเมินผลองค์กรควรประกอบด้วย 4 มุมมอง จึงจะเรียกว่าการประเมินผลแบบสมดุล (สมคิด บางโม, 2552: 287)

กฤษณี มหาวิรุฬห์ (2546) ได้กล่าวว่า Balance Scorecard (BSC) เป็นเครื่องมือทางการจัดการที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์และวิสัยทัศน์ขององค์กรโดยองค์กรจะประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องกำหนดปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ วิสัยทัศน์ ภารกิจ และกลยุทธ์ เมื่อกำหนดแล้วต่อมาองค์กรจะต้องบ่งชี้ถึงเป้าหมาย และดำเนินวัดผลการดำเนินงาน โดยการสร้างดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (Key Performance Indicator) จึงกล่าวได้ว่า Balance Scorecard เป็นเครื่องมือที่สามารถถ่ายทอดวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ขององค์กรสู่การปฏิบัติงานขององค์กร

Thompson (2003) ได้กล่าวถึง การประเมินผลองค์กรแบบสมดุล สามารถแยกตัวชี้วัดออกเป็น 4 มุมมอง ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายในองค์กร (Internal Business Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning Growth Perspective)

ผสุ เดชะรินทร์ (2548) ได้กล่าวว่า Balance Scorecard ประกอบด้วย 4 มุมมอง คือ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมด้านการเรียนรู้และพัฒนา ของ Victor and Judith (2018) ได้กล่าวว่า Balance Scorecard ซึ่งไปประกอบด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมด้านการเรียนรู้และพัฒนา ใช้วัดประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Siriwan et al. (2013) ได้กล่าวว่า Balance Scorecard ซึ่งประกอบด้วย 4 มุมมองได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมด้านการเรียนรู้และพัฒนา ใช้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

5.2 แนวคิดพื้นฐานของ Balance Scorecard

การประเมินผลองค์การตามแนวคิดของ Balance Scorecard ประกอบไปด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ (นิรมิต เทียมทัน, 2555)

1. มุมมองทางด้านการเงิน (Financial Perspective)

การทำให้องค์กรเติบโตและมีความสามารถในการผลิตจะต้องมีการระบุวัตถุประสงค์ทางการเงิน โดยวัตถุประสงค์ทางการเงินนั้นจะต้องถูกกำหนดให้เจาะจงชัดเจน และหาคำตอบได้ว่าปัจจัยหลักอะไรที่ทำให้องค์กรเติบโต นอกจากนั้นการมองหากลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีส่วนทำให้องค์กรเติบโตและมีกำไรก็มีความสำคัญเช่นกัน ทั้งนี้สินค้าและบริการควรมีความสัมพันธ์กับลูกค้า ต่อมาเมื่อทราบถึงวัตถุประสงค์แล้ว องค์กรควรมีมาตรการหรือแนวทางที่จะนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ โดยการกำหนดค่าเป้าหมายเพื่อให้ทราบว่าบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

การเติบโต (Growth) ความสามารถในการทำไร (Profitability) ขององค์กร และมูลค่าหุ้นที่เพิ่มขึ้น ทั้ง 3 ประการ เป็นผลลัพธ์ขั้นสุดท้ายทางการเงิน และ เป็นสิ่งองค์กรปรารถนาที่จะบรรลุความสำเร็จทั้งในปัจจุบันและในระยะยาว ทั้งนี้ในขั้นก่อนผลลัพธ์ทางการเงินองค์กรสามารถวัดความสำเร็จทางการเงินได้ โดยวัดจากอัตราผลตอบแทนต่อการจ้างงานเทียบปีต่อปี (return on capital employed; ROCE) หรือ ผลตอบแทนจากการลงทุน (return on investment; ROI) หรือต้นทุนโดยเฉลี่ยต่อหน่วยกิจกรรมการผลิต เป็นต้น

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)

การดูแลรักษา และสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่ กล่าวคือ เป็นการหาวิธีดึงดูดใจลูกค้า หรือ การหายุทธวิธีสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าให้ใกล้ชิดยิ่งขึ้นเพื่อเปลี่ยนฐานะจากลูกค้าให้เป็นคู่ค้า โดยที่ยังคงรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ ทั้งนี้วัตถุประสงค์ทางด้านการเงินและลูกค้า คือผลลัพธ์ของการบริหารจัดการขององค์กรที่ไม่นิยมอธิบายในแง่ของเหตุผลว่าจะบรรลุได้อย่างไร แต่จะไปอธิบายในเชิงปริมาณที่สามารถวัดได้ เช่น ในรูปของเงิน

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal business process)

การวิเคราะห์และสังเคราะห์ ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาเครื่องหมายการค้า การขาย การบริการ และการตลาด รวมถึงกระบวนการปฏิบัติหรือการบริหารภายใน เช่น การขนส่งและการจัดจำหน่าย เพื่อให้เกิดการสร้างมูลค่า คุณค่า และความหลากหลายให้เหมาะสมกับลักษณะและ กำลังซื้อของลูกค้า

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning & Growth Perspective)

การกำหนดกลยุทธ์ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน การเรียนรู้และการเติบโต เป็นการวางระบบบริหารจัดการแบบมียุทธศาสตร์ โดยจะต้องอาศัยความรู้ความสามารถของพนักงาน ผู้บริหาร และลูกค้า ดังนั้นการเรียนรู้และการเติบโต จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญที่จะทำให้องค์ประกอบทั้ง 3 ด้านประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวได้ และเป็นองค์ประกอบที่ไม่สามารถวัดเป็นเชิงปริมาณได้เพราะอยู่ในรูปของสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ (intangible) แต่มีความเกี่ยวพันกับกิจกรรมขององค์กรและลูกค้าที่จะทำให้การดำเนินงานมีมาตรฐานที่ดีขึ้น โดยจะพิจารณาการเรียนรู้และการเติบโตในส่วนที่สนับสนุนการบริหารจัดการแบบมียุทธศาสตร์ซึ่งมีสามประเด็นหลักที่มีส่วนสนับสนุน ได้แก่

1. ความสามารถของพนักงานได้แก่ ทักษะและความรู้ ในส่วนของประสบการณ์นั้นถือว่าไม่มีความจำเป็นเพราะเป็นเรื่องของอดีตซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะตัวบุคคล

2. เทคโนโลยี เช่น ระบบเครือข่ายการสื่อสาร เครื่องไม้เครื่องมือ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การเข้าถึงข้อมูล

3. บรรยากาศในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ระบบการจูงใจให้รางวัล การมอบอำนาจหรือให้อำนาจในการปฏิบัติงาน และความเท่าเทียมในการปฏิบัติงานพิจารณาในแง่ของโอกาสในการทำงาน

5.3 องค์ประกอบในแต่ละมุมมอง

ภายใต้มุมมองแต่ละมุมมอง จะประกอบด้วย 4 องค์ประกอบที่ควรพิจารณา คือ วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด เป้าหมาย และแผนงานดังนี้ (พสุ เดชะรินทร์, 2548: 26-28)
วัตถุประสงค์ (Objective) ที่สำคัญของแต่ละมุมมอง เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการหรืออยากทำให้บรรลุสำเร็จ ซึ่งมีรายละเอียดตัวอย่างของแต่ละมุมมอง ดังนี้

มุมมองด้านการเงิน ได้แก่ การมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น หรือ การมีต้นทุนที่ลดลง รวมทั้งการใช้วิธีต่างๆเพื่อให้รายได้เพิ่มขึ้น

มุมมองด้านลูกค้า ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด การรักษาฐานลูกค้าเดิม การเสาะแสวงหาลูกค้ารายใหม่ การนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพ การบริการที่มีความรวดเร็ว หรือชื่อเสียง ภาพลักษณ์ของกิจการที่ดี

มุมมองด้านกระบวนการภายใน ได้แก่ มีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ มีการดำเนินงานที่รวดเร็วขึ้น มีกระบวนการขนส่งจัดส่งที่รวดเร็ว มีการป้องกันความเสี่ยง มีระบบการตรวจสอบและควบคุมภายใน มีความตรงต่อเวลา หรือกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ได้แก่ การอบรมเพิ่มทักษะพนักงาน การคงไว้หรือรักษาพนักงานที่มีคุณภาพ การเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความสามารถ หรือการมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี

ตัวชี้วัด (Key Performance Indicator: KPIs) เป็นตัวชี้วัดของวัตถุประสงค์ในแต่ละมุมมอง ซึ่งตัวชี้วัดดังกล่าวนี้ จะสามารถชี้วัดการบรรลุวัตถุประสงค์ในแต่ละมุมมองว่าองค์กรว่าสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมายหรือไม่ โดยตัวชี้วัด มีดังนี้

1. ชี้วัดในมุมมองทางการเงินการเพิ่มขึ้นของรายได้ โดยชี้วัดได้จาก รายได้ที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา เป็นต้น

2. ชี้วัดในมุมมองด้านลูกค้าการรักษาลูกค้าเก่า สามารถชี้วัดได้จาก จำนวนลูกค้าทั้งหมดหรือจำนวนลูกค้าที่หายไป (Defection rate) เป็นต้น

3. ชี้วัดในมุมมองด้านกระบวนการภายในการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ สามารถชี้วัดได้จากจำนวนของเสียที่เกิดจากการผลิต หรือร้อยละของสินค้าที่ผ่านการตรวจคุณภาพ

4. ชี้วัดในมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนาการเพิ่มและพัฒนาทักษะพนักงาน สามารถชี้วัดได้จาก จำนวนชั่วโมงในการอบรมของพนักงานต่อคนต่อปี จำนวนครั้งที่พนักงานได้เข้ารับอบรมต่อปี หรือระดับความสามารถของพนักงานที่เพิ่มขึ้น

เป้าหมาย (Target) เป็นตัวเลขที่องค์กรต้องการจะบรรลุของตัวชี้วัดแต่ละประการ โดยมีตัวอย่างของเป้าหมาย มีดังนี้

1. เป้าหมายของการเพิ่มขึ้นของรายได้เท่ากับร้อยละ 20 ต่อปี เป้าหมาย
2. เป้าหมายของจำนวนลูกค้าเก่าที่หายจะต้องไม่เกินร้อยละ 5 ต่อปี
3. เป้าหมายของจำนวนของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต ร้อยละ 5 ปี
4. เป้าหมายของจำนวนชั่วโมงในการอบรมเท่ากับ 10 วัน ต่อคนต่อปี

ความคิดริเริ่ม หรือ แผนงานที่จะทำ (initiatives) เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดขึ้น โดยขั้นตอนนี้เป็นเพียงแผนงานเบื้องต้นยังไม่ใช่แผนปฏิบัติการที่จะทำจึงเป็นเพียงสิ่งที่องค์กรคิดที่จะทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเท่านั้น

จากการทบทวนแนวคิดการประเมินองค์กรแบบสมดุลพบว่า BSC เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการแบบมียุทธ์ศาสตร์ ที่สามารถจัดการทรัพยากรขององค์กรให้สามารถวัดผลการดำเนินงานได้อย่างเป็นรูปธรรมไม่ว่าจะเป็นในรูปของเงินหรือคุณค่าหรือศักยภาพที่จะทำให้กระบวนการบริหารจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จการดำเนินกิจการ โดยแบ่งตัวชี้วัดความสำเร็จออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน หมายถึง การวัดผลในเชิงปริมาณจากผลการดำเนินงาน ซึ่งพิจารณาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ ผลกำไร การลดลงของต้นทุน ด้านลูกค้า หมายถึง การพิจารณาจากความพึงพอใจของลูกค้า

การเพิ่มขึ้นของลูกค้าใหม่ การรักษาฐานลูกค้าเดิม และการรักษาส่วนแบ่งตลาด ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การพิจารณาจากประสิทธิภาพในการดำเนินงานการบริหารงานภายในขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร หมายถึง การพิจารณาจากการให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กรโดยวัดจากความพึงพอใจและทัศนคติของพนักงาน ทักษะความสามารถของพนักงาน และอัตราการเข้าออกของพนักงาน ผู้วิจัยจึงได้นำตัวชี้วัดความสำเร็จตามที่กล่าวข้างต้น มาเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวคิดการวิจัย และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

6. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

6.1 ข้อมูลจังหวัดราชบุรี

จังหวัดราชบุรี ตั้งอยู่ในภาคกลาง ทางทิศตะวันตกของประเทศไทยประมาณ เส้นรุ้งที่ 13 องศา 10 ลิปดาเหนือ กับ เส้นแวงที่ 99 องศา 10 ลิปดาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพฯตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลขที่ 4 ประมาณ 100 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 5,196,462 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,247,789 ไร่ แบ่งการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองราชบุรี จอมบึง สวนผึ้ง ดำเนินสะดวก บ้านโป่ง บางแพ โพธาราม ปากท่อ วัดเพลงและบ้านคา โดยแบ่งออกเป็น 104 ตำบล 975 หมู่บ้าน 25 เทศบาล และ 83 อบต. มีประชากรจำนวน 837,383 คน โดยในทิศเหนือมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดกาญจนบุรี ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรี ทิศตะวันออก ติดต่อกับจังหวัดนครปฐม สมุทรสาครและสมุทรปราการ และทิศตะวันตก ติดต่อกับประเทศเมียนมา

6.1.1 สภาพภูมิประเทศ

(1) พื้นที่ภูเขาสูง ได้แก่บริเวณชายแดนด้านตะวันตกกับสหภาพพม่า และเขตแดนด้านใต้ติดกับจังหวัดเพชรบุรี มีสภาพเป็นเทือกเขาสูง อุดมด้วยป่าดิบ ป่าเบญจพรรณ ป่าเต็งรัง และป่าไผ่ในเขตอำเภอสวนผึ้ง อำเภอบ้านคา และอำเภอปากท่อด้านตะวันตก

(2) พื้นที่ราบสูง ได้แก่ บริเวณชายแดนที่ติดต่อกับสหภาพพม่า มีเทือกเขาตะนาวศรีและภูเขาน้อยใหญ่สลับซับซ้อนในเขตพื้นที่อำเภอสวนผึ้ง จอมบึง ปากท่อ และบ้านคา

(3) พื้นที่ราบลุ่ม ได้แก่ บริเวณพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำแม่กลอง มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมกับการเพาะปลูกหรือ ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองราชบุรี โพธาราม และบ้านโป่ง

6.1.2 การปกครอง

จังหวัดราชบุรีแบ่งการปกครองออกเป็น 10 อำเภอ 101 ตำบล 977 หมู่บ้าน 69 ชุมชน การบริหารราชการส่วนภูมิภาคและท้องถิ่นในจังหวัด การจัดองค์กรบริหารราชการส่วนภูมิภาคมี

หน่วยงานราชการที่อยู่ในความ ควบคุมดูแลของผู้ว่าราชการจังหวัด ประกอบด้วย ส่วนราชการในระดับจังหวัดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ หน่วยราชการบริหารส่วน ภูมิภาคประจำจังหวัด จำนวน 32 หน่วยงานและหน่วยราชการบริหารส่วนกลาง จำนวน 78 หน่วยงาน ส่วนการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น จำนวน 112 แห่ง ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี เทศบาลเมือง 4 แห่ง ได้แก่ เทศบาลเมืองราชบุรีเมืองบ้านโป่ง เมืองโพธาราม และเทศบาลเมืองท่าผา เทศบาลตำบล 30 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล 77 แห่ง

6.1.3 สภาพเศรษฐกิจ

เศรษฐกิจจังหวัดราชบุรีในปี 2564 คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 2.1 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ -1.0 ถึง 5.2) ฟื้นตัวจากปี 2563 โดยเป็นผลมาจาก ด้านอุปทานคาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 2.0 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ -1.4 ถึง 5.6) ตามการขยายตัวของ ภาคอุตสาหกรรม คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 2.4 จากปริมาณการใช้ไฟฟ้า ภาคอุตสาหกรรม และจำนวนทุนจดทะเบียนโรงงานอุตสาหกรรมที่เพิ่มขึ้นส่วน ภาคบริการ คาดว่า จะขยายตัวร้อยละ 1.9 สะท้อนจากปริมาณการใช้ไฟฟ้าของธุรกิจการโรงแรมและยอดจำหน่ายธุรกิจ ค้าส่ง- ค้าปลีกที่เพิ่มขึ้น และภาคเกษตรกรรม คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 1.6 ตามปริมาณผลผลิตพืช เศรษฐกิจ และปริมาณผลผลิตด้านปศุสัตว์ของจังหวัดที่เพิ่มขึ้น ที่คาดว่าจะมีปริมาณเพิ่มขึ้น เช่น ข้าว มะพร้าว และสุกร ด้านอุปสงค์ คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 3.7 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.8 ถึง 5.8) โดยเป็นผลมาจาก การใช้จ่ายภาครัฐ คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 5.0 จากมาตรการต่างๆ ของรัฐ ในการเพิ่มประสิทธิภาพและเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีเม็ดเงินเข้าสู่ระบบ เศรษฐกิจโดยเร็ว และเป็นไปตามเป้าหมายที่รัฐบาลกำหนด การลงทุนภาคเอกชน ที่คาดว่าขยายตัว ร้อยละ 3.0 ตามการเพิ่มขึ้นของสินเชื่อเพื่อการลงทุน และพื้นที อนุญาตก่อสร้าง ส่วน การบริโภค ภาคเอกชน คาดว่าขยายตัวร้อยละ 2.8 สะท้อนจากการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มและจำนวนรถจักรยานยนต์ จดทะเบียนใหม่ที่เพิ่มขึ้น

ด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจภายในจังหวัด ปี 2564 อัตราเงินเฟ้อทั่วไปคาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 0.6 (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ -1.25 ถึง 2.0) เพิ่มขึ้นจากปีก่อนอยู่ที่ร้อยละ -0.2 ตามราคาสินค้าอุปโภคบริโภค และแนวโน้มราคาน้ำมันดิบในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้น ส่วนการจ้างงานคาดว่าจะมีการจ้างงาน 449,292 คน (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 444,959 ถึง 453,818 คน) เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 2,915 คน คิดเป็นร้อยละ 0.65 ตามภาวะการลงทุน และเศรษฐกิจของจังหวัดที่คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้น จากมาตรการต่างๆ ของภาครัฐที่มีการกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

6.1.4 โครงสร้างพื้นฐาน

1) ด้านคมนาคม จังหวัดราชบุรี มีการคมนาคมพื้นฐานทั้งทางถนน และทางราง ทำให้สามารถเดินทางระหว่างจังหวัดได้ด้วยทั้งรถยนต์ รถประจำทาง และรถไฟ โดยการคมนาคมของจังหวัดมีแผนการพัฒนาโครงสร้างหลายโครงการ

2) สถาบันการเงิน จังหวัดราชบุรีมีจำนวนสถาบันการเงินทั้งสิ้น 97 แห่งโดยแบ่งเป็น ภาครัฐ 42 แห่งและสถาบันการเงินภาคเอกชน 55 แห่ง โดยในส่วนของสถาบันการเงินภาครัฐ ธนาคารกรุงไทยมีจำนวนมากที่สุด 14 สาขา รองลงมาคือ ธนาคารออมสิน 10 สาขา ในส่วนของสถาบันการเงินภาคเอกชน ธนาคารไทยพาณิชย์ มีจำนวนสาขามากที่สุด 15 สาขา อันดับรองลงมาคือ ธนาคารกรุงเทพและธนาคารกสิกรไทยตามลำดับ

3) ด้านแรงงาน จากการสำรวจของสำนักงานแรงงานจังหวัด สามารถจำแนกกลุ่มของผู้มีงานทำออกเป็น 4 กลุ่มตามแต่ละประเภทของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วยแรงงานในภาคการเกษตร ซึ่งมีจำนวนการจ้างงานมากที่สุด ถึง 138,398 คน คิดเป็นร้อยละ 30.2 รองลงมาคือภาคการบริการ จำนวน 132,956 คน คิดเป็นร้อยละ 29.0 ส่วนภาคการค้า ภาคการผลิตมีจำนวนแรงงาน 79,314 คน (ร้อยละ 17.3) และ77,852 คน (ร้อยละ 17.0) ตามลำดับ

6.2 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

ในปี พ.ศ. 2563 จังหวัดราชบุรีมีจำนวน SME ทั้งสิ้น 33,173 แห่ง หากจำแนกวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดราชบุรีตามภาคธุรกิจ จะเห็นได้ว่า SME ในภาคการค้ามีจำนวนมากที่สุดโดยมีจำนวนทั้งสิ้น 15,239 แห่ง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 47.6 ของจำนวนทั้งหมด รองลงมาคือภาคการบริการ 12,760 แห่ง หรือคิดเป็นร้อยละ 36.8 ภาคการผลิต 5,074 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 15.58 ส่วน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม” วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้า ศึกษาความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้า เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการจำแนกตามปัจจัยส่วน บุคคลของผู้ประกอบการร้านค้า และเพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าที่ส่งผลต่อความสำเร็จใน การประกอบการ กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามสถิติที่ใช้ใน การวิเคราะห์ข้อมูล คือ วิเคราะห์ค่าเอฟ และวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณเพื่อทดสอบสมมุติฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับคุณลักษณะ

ของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ และด้านความ ใฝ่ใจในความสำเร็จ อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านความเป็นตัวของตัวเองและด้านความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ ของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีอายุต่างกัน มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ แตกต่างกัน คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันและด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จมี อิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยนี้คือ ผู้ประกอบการต้องมี การศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมทางด้านการบริหารจัดการ กรณีศึกษาต่างๆ เพื่อให้การประกอบธุรกิจนั้นมี ประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจของตนเองให้ประสบ ความสำเร็จ

วิมพ์วิภา เกตุเทียน (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างทั้ง 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดชัยภูมิจังหวัดนครราชสีมาจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดสุรินทร์จำนวน 167 ราย คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณค่าเฉลี่ยของประชากร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แล้วคำนวณหาสัดส่วนของตัวอย่างแยกแต่ละจังหวัด เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ร้อยละค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติ ฐานใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง มีจำนวน 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยความเป็นตัวของตัวเอง ปัจจัยความมีนวัตกรรม ปัจจัยความกล้าเสี่ยง ปัจจัยการบริหารจัดการ ปัจจัยความสำเสมอและใฝ่ ใจในการเรียนรู้ และปัจจัยความใฝ่ ใจในความสำเร็จ ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการความสำเร็จธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางคิดเป็นร้อยละ 43.80 (R^2=0.438)

วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร” การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาระดับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครและ 4) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ผลการวิจัย พบว่า 1) การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่า ระดับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วรองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ 2) ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 88 (R^2= 0.880) เมื่อ พิจารณารายตัวแปรพบว่ามีตัวแปร 4 ตัวที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ การแข่งขันเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง ความเป็นตัวของตัวเอง และการมีนวัตกรรม ตามลำดับ

Campos, de la Parra and Parellada (2012) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการกับกระบวนทัศน์ของการบริหารจัดการและความสามารถในการดำเนินกิจการของธุรกิจเกิดใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนทัศน์ของการบริหารจัดการและความสามารถในการดำเนินกิจการของธุรกิจเกิดใหม่ โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ ธุรกิจเกิดใหม่ในหลายพื้นที่ของประเทศ Mexico จำนวน 853 กิจการ ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการซึ่งประกอบไปด้วย การมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก มีความสัมพันธ์กับกระบวนทัศน์ในการบริหารซึ่งมีความสำคัญต่อความสามารถในการดำเนินกิจการ

Miller (1983) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ของการเป็นผู้ประกอบการขององค์กรธุรกิจ 3 ประเภท”โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของธุรกิจ 3 ประเภทกับการเป็นผู้ประกอบการ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก มีกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริหารระดับสูงขององค์กรธุรกิจในเมืองมอนทรีออล ประเทศแคนาดา จำนวน 52 ราย ผลการวิจัยพบว่า การสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงลึก และการเผชิญกับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจทั้งประเภท

Christian Lechner and Sveinn Vidar Gudmundsson (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ, กลยุทธ์องค์กร และ ประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร” ที่มีวัตถุประสงค์คือ (1)เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ การมีอิสระในการทำงาน ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม ความกล้าที่จะแข่งขัน และ การทำงานเชิงรุก ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านการสร้างความแตกต่าง และการเป็นผู้นำด้านต้นทุนของบริษัทในประเทศ ไอซ์แลน(2)เพื่อศึกษาปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นผู้ประกอบการในประเทศไอซ์แลนจำนวน 335 ราย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง และการเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ทนงวัฒน์ เฉลิมวณิชย์กุล (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สำรวจและวิเคราะห์คุณลักษณะของบริษัท และปัจจัยภายนอก ที่มีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ 2) สำรวจกลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ 3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของบริษัทและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเลือกใช้กลยุทธ์ โดยมีขั้นตอนการวิจัยจากการเก็บรวบรวมข่าวสารจากศูนย์ข่าวอสังหาริมทรัพย์ตั้งแต่เดือนมกราคม 2559-มกราคม 2560 และการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดกลยุทธ์และประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 5 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยภายนอกที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในการเลือกใช้กลยุทธ์ได้แก่ปัจจัยทางนโยบายและการเมืองและปัจจัยทางเศรษฐกิจ กลยุทธ์ระดับองค์กรที่เลือกใช้เป็นกลยุทธ์การเติบโต เพื่อขยายตลาดมากขึ้น และกลยุทธ์การแข่งขันที่เลือกใช้เป็นกลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนและการสร้างความแตกต่างสำหรับบริษัทที่มีรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ตั้งแต่ 1,000 ล้านบาทขึ้นไป และกลยุทธ์ลูกค้าเฉพาะกลุ่มในบริษัทที่มีรายได้จากการขายอสังหาริมทรัพย์ต่ำกว่าจำนวนดังกล่าว

วันชนะ นรสิงห์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง “แบบจำลองผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกต่อองค์การผู้รับเหมาก่อสร้าง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของปัจจัยแวดล้อมภายนอกต่อปัจจัยภายในองค์การผู้รับเหมาก่อสร้างและสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์ของปัจจัยแวดล้อมภายนอกและผลกระทบต่อผู้รับเหมาก่อสร้าง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบเส้นทางเบื้องต้น และใช้กรอบทฤษฎี PEST Analysis ซึ่งประกอบด้วย การวิเคราะห์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และ

เทคโนโลยี เป็นแนวคิดหลักในการสร้างแบบจำลอง งานวิจัยนี้ได้ใช้วิธีการวิจัยโดยการแจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างคือ เจ้าของ กิจการ ผู้บริหารระดับสูง ตลอดจนวิศวกรและผู้ที่เกี่ยวข้องในวงการก่อสร้าง ที่มีประสบการณ์ใน วงการก่อสร้างตั้งแต่ 10 ปี และอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จำนวน 382 ชุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อโอกาสในการอยู่รอดในธุรกิจ และโอกาสในการเติบโตและขยายตัวขององค์การผู้รับเหมาก่อสร้าง ใน ด้านการเมืองและกฎหมายคือ สถานการณ์ทางการเมือง นโยบายส่งเสริมการลงทุนของรัฐบาล กฎหมายเกี่ยวกับธุรกรรมการซื้อขายอสังหาริมทรัพย์ ด้านเศรษฐกิจ คือ ภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยโดยรวม ราคาน้ำมันในปัจจุบัน ราคาวัสดุก่อสร้าง ด้านสังคม คือ รูปแบบของสิ่งก่อสร้างที่มีความเปลี่ยนแปลง การคัดค้านโครงการก่อสร้างจากประชาชน และด้านเทคโนโลยีคือ อุปกรณ์เครื่องจักรที่ทันสมัย การใช้งานเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ และความสัมพันธ์ของปัจจัยทุกด้าน ถูกนำมาเสนอเป็นแผนผังแบบจำลองการวิเคราะห์เส้นทาง

ภูวนารถ ถาวรศิริ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 2) เพื่อศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่น 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์ในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่น และกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า วิเคราะห์เนื้อหา สรุปผลการศึกษา และน้าเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า 1) การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่น พบว่า เป็นการบริหารจัดการแบบครอบครัว โดยอาศัยคนในครอบครัวเป็นผู้ดำเนินธุรกิจในส่วนงานต่างๆ และจัดจ้างลูกจ้างเพื่อเข้ามาท้าหน้าที่ในส่วนของการผลิตและการขนส่ง และให้ค่าตอบแทนตามรัฐบาลที่ได้กำหนดค่าแรงขั้นต่ำเอาไว้ โดยแหล่งที่ตั้งของสถานประกอบการจะเป็นแหล่งชุมชนที่เป็นที่พักอาศัยของผู้ประกอบการ ลักษณะการค้าขาจะเปิดควบคู่กับการขายหน้าร้าน และควบคู่กับธุรกิจค้าส่งน้ำดื่มประเภทอื่นๆ 2) การศึกษาสภาพแวดล้อมทางการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่น พบว่า สามารถแบ่งออกเป็นในระดับมหภาคประกอบไปด้วย ประชากรศาสตร์ เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม การเมืองและกฎหมาย และเทคโนโลยี ระดับจุลภาคประกอบไปด้วยด้านคู่แข่ง ผู้จัดหาวัตถุดิบ และผู้บริโภค ที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอด 3) ศึกษากลยุทธ์ในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่น พบว่า ผู้ประกอบการได้ใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 4P’s

เป็นหัวใจหลักของการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน การบริหารความสัมพันธ์ และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เข้ามาใช้ควบคู่ไปกับกลยุทธ์ทางการตลาด สามารถดำเนินธุรกิจให้มีความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่น และสามารถเข้าถึงและครองใจผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

Shabanova et al. (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ PEST และ SWOT เป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ” มีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้เครื่องมือ PEST Analysis และ SWOT Analysis มีกลุ่มตัวอย่างคือร้านสะดวกซื้อในเมือง คาซานประเทศรัสเซีย ผลการวิจัยพบว่าการวิเคราะห์ PEST Analysis และ SWOT Analysis ไม่เพียงแต่เผยให้เห็นจุดแข็งของกิจการเท่านั้น แต่ยังเผยจุดอ่อนในกิจการตลอดจนสามารถระบุภัยคุกคามในระยะสั้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของกิจการและเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน

กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงาน ตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันและ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารแปร รูปจังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามลักษณะของสถานประกอบการ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และศึกษากลยุทธ์ ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมาหารแปรรูป ในพื้นที่ จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บ รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรม แปรรูปอาหาร ในพื้นที่ จังหวัด สุพรรณบุรีประเภทอุตสาหกรรม TSIC หมวดย่อย 10 การผลิต ผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 163 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางโดย ให้ความสำคัญ ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ทางด้านความสำคัญ กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางขณะที่ความสำเร็จในการดา เนินงานตามแนวคิด Balance scorecard โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลางขนาดของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน จะใช้กลยุทธ์ส่วนประสม ทางการตลาดแตกต่างกัน และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยที่สถานประกอบการขนาดกลางจะมุ่งเน้น ให้ความสำคัญ กับกลยุทธ์ด้าน ผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมากกว่า

สถานประกอบการขนาดเล็กโดยที่สถานประกอบการ ขนาดกลางจะใช้กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านมุ่งตลาดเฉพาะส่วนมากกว่า ใน ขณะที่ กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมไปในทิศทางเดียวกัน

สรวิศ ปิ่นรัตนานนท์ (2555) ได้ศึกษาเรื่อง “ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการมีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทยประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลในประเทศไทยจำนวน 4,516 องค์กร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 356 องค์กร เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่เป็นห้างหุ้นส่วนจำกัดที่มีทุนจดทะเบียนสูงกว่า 5,000,000 บาท มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 5 – 10 ปี จำนวนพนักงานมากกว่า 15 คนกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวต่างชาติ การทดสอบสมมติฐานพบว่าความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จทางการตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทยทางตรงเท่ากับ .336 และทางอ้อมโดยผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่วนความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลทางตรงต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทยเท่ากับ .237 และความสามารถของผู้ประกอบการส่งผลความได้เปรียบทางการแข่งขันเท่ากับ .873

Shigang Yan (2010) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ : กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดย่อมในประเทศจีน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดย่อมในประเทศจีน โดยใช้ตัวแปรอิสระได้แก่ปัจจัยกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบไปด้วย การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์นวัตกรรม และพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ ในส่วนของตัวแปรอิสระด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ประกอบไปด้วย เงื่อนไขทางเศรษฐกิจ การพัฒนาของข้อกฎหมาย เทคโนโลยี การปฏิรูปอุตสาหกรรม และการสนับสนุนช่วยเหลือของภาครัฐบาล ซึ่งงานวิจัยนี้ได้ใช้ตัวแปรตามคือ ประสิทธิของการดำเนินงาน ซึ่งมีตัวชี้วัด คือ การเติบโตของยอดขายและผลกำไร ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ มีกลุ่มตัวอย่างคือ วิสาหกิจขนาดย่อมในมณฑลใหญ่ต่างๆในประเทศจีนจำนวนกว่า 121 ราย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน แต่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอไม่ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดขนาดย่อมในมณฑลใหญ่ของประเทศจีน

Siriwan et al. (2013) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การบริหารจัดการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของการจัดการธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ มีกลุ่มตัวอย่างคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคเหนือของประเทศไทย จำนวน 400 กิจการ เป็นการเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด และมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารวิสาหกิจที่ประสบความสำเร็จจำนวน 5 กิจการ ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจในภาคเหนือของประเทศไทยส่วนมากใช้เงินลงทุนในการก่อตั้งวิสาหกิจ และดำเนินการต่ำกว่า 10 ล้านบาท จ้างพนักงานน้อยกว่า 20 คน และมีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 15 ปี ทั้งนี้จากการนำข้อมูลมาวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่าความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งประกอบไปด้วย การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของกิจการโดยชี้วัดจากการประเมินองค์กรสมดุล ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโต สำหรับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยขาดแคลนองค์ความรู้ในการบริหารจัดการต้นทุนและบัญชี ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารวิสาหกิจควรจะมีการสร้าง พัฒนา เรียนรู้ ฝึกฝน และเพิ่มพูนความรู้ทางธุรกิจในด้านต่างๆ อาทิ เช่น ด้านนวัตกรรมสินค้าบริการ การบริหารที่ทันสมัย ซึ่งประกอบไปด้วย การบริหารทั่วไป การบริหารด้านการตลาด การบริหารด้านการเงินและผลิตภัณฑ์สินค้า โดยดังที่กล่าวนี้มีส่วนสำคัญต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินกิจการ

ด้านความสำเร็จ

ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยองค์การที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์การที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัย พบว่า 1) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยองค์การและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์การแบบสมดุล พบว่า ปัจจัยองค์การมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับสูงกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์การและความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่วัดจากการประเมินผลการปฏิบัติงาน

ขององค์การแบบสมดุล พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์การมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Victor and Judith (2018) ได้ทำการศึกษา “อิทธิพลของความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองบันดุง ประเทศอินโดนีเซีย” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอิทธิพลของความได้เปรียบในการแข่งขันมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานซึ่งมีตัวชี้วัดของประสิทธิภาพการดำเนินงานคือ Balance Scorecard ประกอบไปด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต มีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 26 คน ผลการวิจัยพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเมืองบันดุง ประเทศอินโดนีเซีย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำไปใช้ในการสร้างแบบสอบถามอภิปรายผลการวิจัย และใช้ประกอบการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีและศึกษาปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ระเบียบวิธีวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
3. การสุ่มตัวอย่าง
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
7. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และวิเคราะห์ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อการวิเคราะห์ และทำการวิจัยแยกตามวัตถุประสงค์ตามลำดับ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ณ ปี 2563 จำนวน 33,100 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ณ ปี 2563 จำนวน 33,100 ราย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณตามวิธีของ Yamane ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{33,100}{1+33,100(0.05)^2}$$

$$= 395$$

จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 394 คน แต่เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้สูงขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มจำนวนตัวอย่างเป็น 400 คน

3. การสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะ ได้แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือ แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ อายุกิจการ การศึกษา จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ตัวแปรในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามมาจากงานวิจัยของ Campos et al. (2012) และศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2559) เนื่องจากใช้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยนำมาสร้างสำนวนเนื้อหาและความหมายที่ชัดเจนขึ้นใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ครอบคลุม 5 ด้าน ดังนี้ ด้านการมีอิสระในการทำงาน ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านการแข่งขันเชิงรุก และด้านความสามารถในการแข่งขัน

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามมาจากงานวิจัยของ ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) เนื่องจากใช้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก โดยผู้วิจัยนำมาสร้างสำนวนเนื้อหาและความหมายที่ชัดเจนขึ้นใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ครอบคลุม 4 ด้าน โดยได้แก่ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยี

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ในเขตจังหวัดราชบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามมาจากงานวิจัยของ กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) เนื่องจากใช้ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันโดยผู้วิจัยนำมาสร้างสำนวนเนื้อหาและความหมายที่ชัดเจนขึ้นใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ครอบคลุม 4 ด้านได้แก่ การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองเร็ว และการมุ่งเฉพาะส่วน

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาข้อคำถามมาจากงานวิจัยของ ของ ศิริญา ตังนฤมิตร (2558) เนื่องจากใช้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จโดยผู้วิจัยนำมาสร้างสำนวนเนื้อหาและความหมายที่ชัดเจนขึ้นใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการศึกษาในกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ครอบคลุม 4 ด้าน ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนาของกิจการ

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 – 5 จะเป็นแบบเลือกตอบและเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าตามแนวของ Likert ซึ่งแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่า ดังนี้ (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ, 2538: 120)

ระดับความสำคัญมากที่สุด ให้คะแนนเท่ากับ 5 คะแนน
ระดับความสำคัญมาก ให้คะแนนเท่ากับ 4 คะแนน
ระดับความสำคัญปานกลาง ให้คะแนนเท่ากับ 3 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อย ให้คะแนนเท่ากับ 2 คะแนน
ระดับความสำคัญน้อยที่สุด ให้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

เกณฑ์การแปลผลคะแนน

ผู้วิจัยได้นำผลคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย โดยมีเกณฑ์ในการแปลความจากสูตร (สมโภชน์ อเนกสุข, 2552: 5) ดังนี้

$$\text{สูตรการหาอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้นที่ต้องการ}}$$

ผู้วิจัยได้กำหนดชั้นที่ต้องการเป็น 5 ชั้น จะได้ค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

เกณฑ์ค่าเฉลี่ยในการแปลความผลค่าคะแนน

การแปลผลค่าคะแนนระดับความสำคัญของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน และปัจจัยความสำเร็จ โดยมีการแปลผลตามมเกณฑ์คะแนนเฉลี่ย (เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ, 2551: 25) ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	คือ	ความสำคัญระดับมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	คือ	ความสำคัญระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.01 – 3.40	คือ	ความสำคัญระดับปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.00	คือ	ความสำคัญระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	คือ	ความสำคัญระดับน้อยที่สุด

5. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ โดยมีขั้นตอนการสร้างดังนี้

5.1 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากกรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

5.2 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยอาศัยเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดประเด็นและจำนวนข้อคำถามในแต่ละประเด็น จากนั้นจึงสร้างคำถามตามกรอบประเด็นที่กำหนดให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัด เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

5.3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหาและความถูกต้องของภาษา รวมทั้งขอข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

5.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Consistency: IOC) ระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา

5.5 คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป (ประสพชัย พสุนนท์, 2555: 226) เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีคุณภาพ พร้อมจัดพิมพ์

5.6 นำแบบสอบถามที่ผ่านการวิเคราะห์หาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยจำนวน 30 คน คือ ผู้ประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี แล้วนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของ ครอนบัค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.954 โดย ด้านปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.921 ด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.735 ด้านปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 0.911 และด้านความสำเร็จของผู้ประกอบการมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.934

5.7 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องและตรวจสอบความเชื่อมั่นแล้วไปเก็บตัวอย่างจากผู้ประกอบการท้องถิ่นในเขตจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

6. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย ข้อมูลจาก 2 แหล่ง ได้แก่

6.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้

6.1.1 ผู้วิจัยขอทำหนังสือผ่านคณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรเพื่อขออนุญาตในการทำวิจัย พร้อมทั้งแจ้งข้อมูลโครงการวิจัย วัตถุประสงค์ของการทำวิจัย วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล และเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

6.1.2 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปแจกผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีและอธิบายลักษณะของแบบสอบถาม พร้อมทั้งรอรับแบบสอบถามคืน

6.1.3 หลังจากแจกแบบสอบถามครบแล้ว นำข้อมูลบันทึกลงคอมพิวเตอร์และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ

6.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยการค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เช่น หนังสือ บทความวิจัย วารสารสิ่งพิมพ์ และการค้นคว้าข้อมูลผ่านทางระบบอินเตอร์เน็ตโดยเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดตัวแปรเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

7. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอน และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

7.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ตรวจสอบความเรียบร้อย และความสมบูรณ์ในการตอบแบบสอบถาม บันทึกข้อมูลลงคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลค่าสถิติต่างๆ ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ ความถี่ และร้อยละ

7.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ความได้เปรียบในการแข่งขัน และปัจจัยความสำเร็จ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

7.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมมติฐาน

7.4.1 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีต่างกันใช้ T-Test และระดับการศึกษา อายุ อายุของกิจการ จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุนที่ต่างกัน ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีต่างกันใช้ Anova (F-test) ในการทดสอบสมมติฐาน

7.4.2 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลด้านปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านคุณลักษณะส่วนตัว ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านการทำงานเชิงรุก และความกล้าที่จะแข่งขัน ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยอาศัยตัวแปรอิสระเป็นตัวพยากรณ์ ในการทดสอบสมมติฐาน

7.4.3 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลด้านปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยอาศัยตัวแปรอิสระเป็นตัวพยากรณ์ ในการทดสอบสมมติฐาน

7.4.4 การทดสอบสมมติฐานข้อมูลด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองเร็ว การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression Analysis) โดยอาศัยตัวแปรอิสระเป็นตัวพยากรณ์ ในการทดสอบสมมติฐาน

โดยเขียนความสัมพันธ์ในรูปแบบของสมการได้ดังนี้

สมการในรูปของประชากร $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + ... + \beta_k X_k + \varepsilon$

สมการในรูปของตัวอย่าง $y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + ... + b_k x_k + e$

สมการทำนายผล (สมการพยากรณ์) $\hat{y} = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + ... + b_k x_k$

สัญลักษณ์ที่ใช้มีความหมายดังนี้

X_i แทน ค่าของตัวแปรอิสระแต่ละตัว (จะใช้สัญลักษณ์ x_i สำหรับค่าที่ได้จากตัวอย่าง และ สำหรับค่าประมาณหรือตัวทำนาย)

Y แทน ค่าของตัวแปรตาม (จะใช้สัญลักษณ์ y สำหรับค่าที่ได้จากตัวอย่าง และใช้ค่า y hat สำหรับค่าประมาณหรือตัวทำนาย)

k แทน จำนวนตัวแปรอิสระในสมการถดถอย

β_0 แทน ค่าคงที่ (Constant) ของสมการถดถอย (จะใช้สัญลักษณ์ b_0 สำหรับค่าที่ได้จาก ตัวอย่าง และ สำหรับค่าประมาณหรือตัวทำนาย) โดยที่ β_0 หรือ b_0 จะเป็นจุดตัด (Intercept) แกน y ของสมการ

β_i แทน ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient) ของตัวแปรอิสระ X_i แต่ละตัว (จะใช้สัญลักษณ์ b_i สำหรับค่าที่ได้จากตัวอย่าง และ สำหรับค่าประมาณหรือตัวทำนาย) โดยที่ค่า β_i หรือ b_i จะแสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงของค่า x_i ต่อค่า y ดังนี้ คือ ถ้าค่า x_i เปลี่ยนไป 1 หน่วย จะทำให้ค่า y เปลี่ยนไป b_i หน่วย

ε แทน ค่าความคลาดเคลื่อน (Error or Residual) ระหว่างค่า Y และค่า y hat (จะใช้ สัญลักษณ์ e สำหรับค่าที่ได้จากตัวอย่าง)

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี” เป็นวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี จำนวน 394 คน แต่เพื่อเพิ่มความเชื่อมันและลดความผิดพลาดของข้อมูล จึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มเติมเป็น 400 คน โดยมีสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน

4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสำเร็จ

4.7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์ในตารางการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

$\bar{X}$ หมายถึง คะแนนเฉลี่ย

S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงแบนมาตรฐาน

N หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

t หมายถึง ค่าสถิติแจกแจงที

F หมายถึง ค่าสถิติแจกแจงเอฟ

p หมายถึง ค่าความน่าจะเป็น

* หมายถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

SS หมายถึง ผลโดยรวมกำลังสอง

Df หมายถึง ชั้นแห่งความเป็นอิสระ

MS หมายถึง ค่าเฉลี่ยผลรวมกำลังสอง

R หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

R^2 หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

R^2 adj หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยที่มีการเปลี่ยนจากเดิมเมื่อเพิ่มตัวแปรอิสระทีละตัว

B หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

Beta หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในแบบคะแนนมาตรฐาน

Std.error หมายถึง ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการวัด

4.2 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ มีกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี จำนวน 400 คน เมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ อายุกิจการ ระดับการศึกษา จำนวนเงินลงทุน แหล่งที่มาเงินทุน โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ด้วยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ปรากฏผลดังรายละเอียดตารางที่ 4

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	191	47.8
	หญิง	209	52.2
	รวม	400	100.0
อายุ	ต่ำกว่า 30 ปี	23	5.7
	30 – 39 ปี	143	35.8
	40 – 49 ปี	126	31.5
	50 – 59 ปี	71	17.7
	60 ปี ขึ้นไป	37	9.3
	รวม	400	100.0
อายุกิจการ	ต่ำกว่า 1 ปี	34	8.5
	1 – 5 ปี	151	37.8
	6 – 10 ปี	112	28.0
	11 – 15 ปี	41	10.2
	15 ปีขึ้นไป	62	15.5
	รวม	400	100.0

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล (ต่อ)

ข้อมูลประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	22	5.5
	มัธยมศึกษา	55	13.7
	ปริญญาตรี	250	62.5
	สูงกว่าปริญญาตรี	68	17.0
	อื่นๆ (ปวส.)	5	1.3
	รวม	400	100.0
จำนวนเงินลงทุน	ต่ำกว่า 500,000 บาท	149	37.2
	500,001 – 1,000,000 บาท	103	25.7
	1,000,001 – 5,000,000 บาท	109	27.3
	5,000,001 – 10,000,000 บาท	15	3.8
	10,000,000 บาท ขึ้นไป	24	6.0
	รวม	400	100.0
แหล่งที่มาเงินทุน	เงินทุนส่วนตัว	201	50.2
	ร่วมทุนกับญาติพี่น้อง	40	10.0
	ร่วมทุนกับเพื่อน	31	7.7
	กู้ยืมจากสถาบันการเงิน	125	31.3
	กู้ยืมนอกระบบ	3	0.8
	รวม	400	100.0

ตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 และเพศหญิงจำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.2

อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 อายุระหว่างปี 30 - 39 จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 อายุระหว่างปี 40 – 49 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 อายุระหว่างปี 50 – 59 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7และอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

อายุกิจการของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีอายุกิจการต่ำกว่า 1 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5 อายุกิจการตั้งแต่ 1 – 5 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.8 อายุกิจการตั้งแต่

6 – 10 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.0 อายุกิจการตั้งแต่ 11 – 15 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 และอายุกิจการตั้งแต่ 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5

ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มีระดับการศึกษาประถมศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 250 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 มีระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีระดับปวส. จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3

จำนวนเงินลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ใช้เงินลงทุนต่ำกว่า 500,000 บาท จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2 จำนวน ใช้เงินลงทุน 500,001 – 1,000,000 บาท จำนวน คน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ใช้เงินลงทุน 1,000,001 – 5,000,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.3 ใช้เงินลงทุน 5,000,001 – 10,000,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และใช้เงินลงทุน 10,000,000 บาท ขึ้นไปจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0

แหล่งที่มาเงินทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า มาจากเงินทุนส่วนตัว จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 ร่วมทุนกับญาติพี่น้อง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ร่วมทุนกับเพื่อน จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7 กู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 และกู้ยืมเงินนอกระบบ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยใช้วิธีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลงเป็นระดับความคิดเห็นปรากฏดังรายละเอียดตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นโดยรวมของปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	**ค่าเฉลี่ย**	**ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน**	**ระดับ**
ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน	4.12	0.661	มาก
ด้านความกล้าเสี่ยง	4.09	0.664	มาก
ด้านการทำงานเชิงรุก	4.13	0.658	มาก
ด้านความสามารถในการแข่งขัน	4.11	0.668	มาก
ด้านการมีนวัตกรรม	4.06	0.706	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.10**	**0.553**	**มาก**

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณลักษณะผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.553) เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านการทำงานเชิงรุก อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.13, S.D. = 0.658) ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.12, S.D. = 0.661)ความสามารถในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. = 0.668) ด้านความกล้าเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = 0.664) และด้านการมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.706) ตามลำดับ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านการมีอิสระในการบริหารงาน

ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ท่านสนับสนุนให้บุคคลหรือทีมงานได้มีอิสระในการทำอย่างงานเต็มที่	164 (41.0)	173 (43.3)	48 (12.0)	12 (3.0)	3 (0.8)	4.20	0.82	มาก
ท่านเชื่อว่าผลลัพธ์ที่ดีที่สุดจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลหรือทีมงานตัดสินใจด้วยตัวเองเพื่อหาโอกาสทางธุรกิจและลงมือปฏิบัติ	134 (33.5)	192 (48.0)	61 (15.3)	11 (2.8)	2 (0.5)	4.11	0.79	มาก
บุคคลหรือทีมงานของท่านคิดหาโอกาสทางธุรกิจและตัดสินใจด้วยตัวเองตามงานที่ได้รับมอบหมายภายใต้บทบาทรับผิดชอบของท่าน	137 (34.3)	172 (43.0)	67 (16.8)	20 (5.0)	4 (1.0)	4.04	0.89	มาก
รวมเฉลี่ย						**4.12**	**0.66**	**มาก**

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, S.D. = 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านสนับสนุนให้บุคคลหรือทีมงานได้มีอิสระในการทำอย่างงานเต็มที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.91) รองลงมาคือ ท่านเชื่อว่าผลลัพธ์

ที่ดีที่สุดจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลหรือทีมงานตัดสินใจด้วยตัวเองเพื่อหาโอกาสทางธุรกิจและลงมือปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.81) และบุคคลหรือทีมงานของท่านคิดหาโอกาสทางธุรกิจและตัดสินใจด้วยตัวเองตามงานที่ได้รับมอบหมายภายใต้บทบาทรับผิดชอบของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.00, S.D. = 0.90) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง

ด้านความกล้าเสี่ยง	**ระดับ**					**$\overline{X}$**	**S.D.**	**ระดับ**
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**			
ท่านกล้าใช้ทรัพย์สิน หรือ เงินจำนวนมากสำหรับการประกอบธุรกิจและการลงทุน	97 (24.3)	164 (41.0)	119 (29.8)	ปานกลาง	5 (1.3)	3.83	0.88	มาก
ท่านเชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยง	162 (40.5)	178 (44.5)	49 (12.3)	มาก	1 (0.3)	4.22	0.77	มากที่สุด
ท่านคิดว่าการดำเนินธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงเสมอและพร้อมเผชิญกับความเสี่ยงนั้น	145 (36.3)	189 (47.3)	47 (11.8)	มาก	7 (1.8)	4.13	0.86	มาก
ท่านกล้าเสี่ยงที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อความสามารถในการแข่งขัน	167 (41.8)	166 (41.5)	50 (12.5)	มาก	1 (0.3)	4.20	0.82	มาก
รวมเฉลี่ย						**4.09**	**0.66**	**มาก**

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านเชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.22 , S.D. = 0.77) รองลงมาคือ ท่านกล้าเสี่ยงที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อความสามารถในการแข่งขัน ($\overline{X}$ = 4.20 , S.D. = 0.82) และ ท่านคิดว่าการดำเนินธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงเสมอ และพร้อมเผชิญกับความเสี่ยงนั้น อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.13 , S.D. = 0.86) และ ท่านกล้าใช้ทรัพย์สิน หรือ เงินจำนวนมากสำหรับการประกอบธุรกิจ และการลงทุน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.83 , S.D. = 0.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านการทำงานเชิงรุก

ด้านการทำงานเชิงรุก	ระดับ					$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ท่านเป็นผู้ริเริ่มสิ่งใหม่ก่อนคู่แข่งขันเสมอ อาทิ การเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการใหม่	93 (23.3)	185 (46.3)	97 (24.3)	22 (5.5)	3 (0.8)	3.85	0.86	มาก
ท่านพยามยามแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบต่างๆที่มีต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	187 (46.8)	159 (39.8)	43 (10.8)	8 (2.0)	3 (0.8)	4.29	0.79	มากที่สุด
ท่านมีความพยายามที่จะแสวงหาโอกาสใหม่ๆ เช่น การแสวงหาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการใหม่ๆการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ เป็นต้น	174 (43.5)	164 (41.0)	49 (12.3)	12 (3.0)	1 (0.3)	4.24	0.80	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						**4.13**	**0.65**	**มาก**

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการทำงานเชิงรุก อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =4.13, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านพยามยามแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบต่างๆ ที่มีต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.29, S.D. = 0.79) รองลงมาคือ ท่านมีความพยายามที่จะแสวงหาโอกาสใหม่ๆ เช่น การแสวงหาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการใหม่ๆ การแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ =4.24, S.D. = 0.80) และท่านเป็นผู้ริเริ่มสิ่งใหม่ก่อนคู่แข่งขันเสมอ อาทิ การเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการใหม่ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ =3.85, S.D. = 0.86) ตามลำดับ

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการแข่งขัน

ความสามารถในการแข่งขัน	**ระดับ**					**$\overline{X}$**	**S.D.**	**ระดับ**
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**			
ท่านมีความพยายามบริหารจัดการให้กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	160 (40.0)	166 (41.5)	58 (21.0)	14 (3.5)	2 (0.5)	4.17	0.83	มาก
ท่านคิดหากลยุทธ์ในการดำเนินงานที่แตกต่าง เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเดียวกันได้ง่าย	123 (30.8)	182 (45.5)	84 (21.0)	8 (2.0)	3 (0.8)	4.03	0.81	มาก
ท่านพยายามบริหารจัดการให้กิจการมีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	151 (37.8)	173 (43.3)	57 (14.3)	16 (4.0)	3 (0.8)	4.13	0.85	มาก
รวมเฉลี่ย						**4.11**	**0.66**	**มาก**

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความพยายามบริหารจัดการให้กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ ท่านพยายามบริหารจัดการให้กิจการมีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.85) และ ท่านคิดหากลยุทธ์ในการดำเนินงานที่แตกต่าง เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเดียวกันได้ง่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.81) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านการมีนวัตกรรม

การมีนวัตกรรม	**ระดับ**					**$\bar{X}$**	**S.D.**	**ระดับ**
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**			
ท่านมีความพยายามที่จะแสวงหาความคิดใหม่ สิ่งแปลกใหม่ ที่อาจนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ	140 (35.0)	181 (45.3)	59 (14.8)	19 (4.8)	1 (0.3)	4.10	0.83	มาก
ท่านนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้	121 (30.3)	181 (45.3)	81 (20.3)	16 (4.0)	1 (0.3)	4.01	0.83	มาก
ท่านสนับสนุนหรือส่งเสริมการทดลองและการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ และค้นหาวิธีการแก้ปัญหาที่แปลกใหม่ในกิจการของท่าน	120 (30.0)	179 (44.8)	83 (20.8)	15 (3.8)	3 (0.8)	4.09	0.84	มาก
รวมเฉลี่ย						**4.06**	**0.70**	**มาก**

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.06, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านมีความพยายามที่จะแสวงหาความคิดใหม่ สิ่งแปลกใหม่ที่อาจนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ ท่านสนับสนุนหรือส่งเสริมการทดลองและการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ และค้นหาวิธีการแก้ปัญหาที่แปลกใหม่ในกิจการของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D. = 0.83) และท่านนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = 0.84) ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ผู้วิจัยใช้วิธีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลงเป็นระดับความคิดเห็น ปรากฏดังรายละเอียดตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการเมือง	3.35	1.03	ปานกลาง
ด้านเศรษฐกิจ	3.88	0.76	มาก
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	4.17	0.73	มาก
ด้านเทคโนโลยี	4.12	0.73	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**3.88**	**0.61**	**มาก**

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.88, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17, S.D. = 0.73) รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.12, S.D. = 0.73) และด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.88, S.D. = 0.76) และด้านการเมือง อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.35, S.D. = 1.03) ตามลำดับ

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านการเมือง

ด้านการเมือง	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ท่านมักมองหาโอกาสจากสถานการณ์ทางการเมืองในการดำเนินกิจการของท่าน	94 (23.5)	134 (33.5)	101 (25.3)	52 (13.0)	19 (4.8)	3.58	1.12	มาก
ท่านมักได้รับโอกาสตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของรัฐ	83 (20.8)	77 (19.3)	123 (30.8)	74 (18.5)	43 (10.8)	3.20	1.26	ปานกลาง
ท่านมักมองหาโอกาสของนโยบายด้านการเงินของรัฐบาล	90 (22.5)	83 (20.8)	117 (29.3)	72 (18.0)	38 (9.5)	3.28	1.26	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย						3.35	1.03	ปานกลาง

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านการเมือง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.35, S.D. = 1.03) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องท่านมักมองหาโอกาสจากสถานการณ์ทางการเมืองในการดำเนินกิจการของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.58, S.D. = 1.12) รองลงมาคือ และท่านมักมองหาโอกาสของนโยบายด้านการเงินของรัฐบาล อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.28, S.D. = 1.26) และท่านมักได้รับโอกาสตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของรัฐ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.20, S.D. = 1.26) ตามลำดับ

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การดำเนินงานของท่านคำนึงถึงดอกเบี้ยเสมอ	118 (29.5)	144 (36.0)	101 (25.3)	28 (7.0)	9 (2.3)	3.83	1.00	มาก
ท่านมักได้รับโอกาสจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ	111 (27.8)	133 (33.3)	120 (30.0)	31 (7.8)	5 (1.3)	3.78	0.97	มาก
ต้นทุนของวัตถุดิบที่ต่ำลงทำให้กิจการของท่านมีต้นทุนการผลิตลดลง	149 (37.3)	147 (36.8)	82 (20.5)	14 (3.5)	8 (2.0)	4.03	0.94	มาก
รวมเฉลี่ย						3.88	0.76	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านด้านเศรษฐกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.88, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ต้นทุนของวัตถุดิบที่ต่ำลงทำให้กิจการของท่านมีต้นทุนการผลิตลดลง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.94) รองลงมาคือ การดำเนินงานของท่านคำนึงถึงดอกเบี้ยเสมอ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.83, S.D. = 1.00) และท่านมักได้รับโอกาสจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78, S.D. = 0.97) ตามลำดับ

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ด้านสังคมและวัฒนธรรม	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
การดำเนินงานของท่านคำนึงถึงกระแสนิยมของสังคมและลูกค้า	132 (33.0)	190 (47.5)	52 (13.0)	21 (5.3)	5 (1.3)	4.05	0.88	มาก
ท่านดำเนินงานภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม	188 (47.0)	150 (37.5)	51 (12.8)	9 (2.3)	2 (0.5)	4.28	0.80	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						**4.17**	**0.73**	**มาก**

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเรื่องท่านดำเนินงานภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.80) รองลงมาคือ การดำเนินงานของท่านคำนึงถึงกระแสนิยมของสังคมและลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.05, S.D. = 0.88) ตามลำดับ

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเทคโนโลยี

ด้านเทคโนโลยี	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ท่านมักแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการดำเนินงานของท่าน	129 (32.3)	172 (43.0)	75 (18.8)	23 (5.8)	1 (0.3)	4.01	0.87	มาก
การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีผลต่อกลยุทธ์การดำเนินงานกิจการ	179 (44.8)	158 (39.5)	48 (12.0)	12 (3.0)	3 (0.8)	4.24	0.83	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						**4.12**	**0.73**	**มาก**

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกด้านเทคโนโลยี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.12, S.D. = 0.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่องการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีผลต่อกลยุทธ์การดำเนินงานกิจการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.24, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ ท่านมักแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการดำเนินงานของท่าน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.01, S.D. = 0.87)

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยใช้วิธีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลงเป็นระดับความคิดเห็นปรากฏดังรายละเอียดตามตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน	4.14	0.60	มาก
การสร้างความแตกต่าง	4.23	0.61	มากที่สุด
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4.28	0.68	มากที่สุด
การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	4.03	0.77	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.17**	**0.58**	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.17, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = 0.68) รองลงมาคือ ด้านการสร้างความแตกต่าง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = 0.61) และด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.14, S.D. = 0.60) และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.03, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	**ระดับ**					$\bar{X}$	**S.D.**	**ระดับ**
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**			
ท่านสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	165 (41.3)	169 (42.3)	49 (12.3)	14 (3.5)	3 (0.8)	4.19	0.83	มาก
ท่านเชื่อมันว่าการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้	183 (45.8)	158 (39.5)	48 (12.0)	10 (2.5)	1 (0.3)	4.28	0.78	มากที่สุด
ท่านสามารถรักษาระดับต้นทุนของกิจการได้	96 (24.3)	189 (47.3)	95 (23.8)	19 (4.8)	1 (0.3)	3.90	0.82	มาก
ท่านผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพทำให้ไม่ เกิดความสูญเสีย การสิ้นเปลือง	150 (37.5)	194 (48.5)	48 (12.0)	8 (2.0)	0 (0.0)	4.21	0.72	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						**4.14**	**0.60**	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง ท่านเชื่อมันว่าการมีประสบการณ์ใน

การประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = 0.78) รองลงมาคือ ท่านผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ทำให้ไม่เกิดความสูญเสีย การสิ้นเปลือง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = 0.72) และ ท่านสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = 0.83) และ ท่านสามารถรักษาระดับต้นทุนของกิจการได้ อยู่ในระดับมาก($\overline{X}$ = 3.90, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง

การสร้างความแตกต่าง	ระดับ					$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ท่านส่งเสริมให้มีการผลิตหรือพัฒนาสินค้าที่มีความแตกต่าง	119 (29.8)	193 (48.3)	67 (16.8)	21 (5.3)	0 (0.0)	4.02	0.82	มาก
ท่านมีสินค้า หรือบริการที่มีคุณภาพไว้วางใจ และเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจาก ลูกค้า	191 (47.8)	165 (41.3)	36 (9.0)	7 (1.8)	1 (0.3)	4.34	0.73	มากที่สุด
ท่านสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง	169 (42.3)	167 (41.8)	52 (13.0)	10 (2.5)	2 (0.5)	4.22	0.80	มากที่สุด

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง (ต่อ)

การสร้างความแตกต่าง	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ท่านให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและ ความประทับใจในการบริการ	195 (48.8)	161 (40.3)	34 (8.5)	9 (2.3)	1 (0.3)	4.35	0.75	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.23	0.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.23, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง ท่านให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและ ความประทับใจในการบริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.35, S.D. = 0.75) รองลงมาคือ ท่านมีสินค้าหรือ บริการที่มีคุณภาพไว้วางใจ และเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.73) และ ท่านสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.22, S.D. = 0.80) ท่านส่งเสริมให้มีการผลิตหรือพัฒนาสินค้าที่มีความแตกต่าง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว

การตอบสนองอย่างรวดเร็ว	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ท่านมีการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตรงตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด	179 (44.8)	166 (41.5)	38 (9.5)	13 (3.3)	4 (1.0)	4.25	0.83	มากที่สุด
ท่านมีการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	205 (51.3)	153 (38.8)	34 (8.8)	5 (1.3)	2 (0.5)	4.38	0.74	มากที่สุด
พนักงานของท่านสามารถตอบสนองและบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	166 (41.5)	170 (42.5)	49 (12.3)	12 (3.0)	3 (0.8)	4.21	0.82	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย						4.28	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง ท่านมีการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.38, S.D. = 0.74) รองลงมาคือ ท่านมีการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตรงตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.83) และ พนักงานของท่านสามารถตอบสนองและบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็วอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.82) ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	**ระดับ**					$\bar{X}$	**S.D.**	**ระดับ**
	มากที่สุด	**มาก**	**ปานกลาง**	**น้อย**	**น้อยที่สุด**			
กิจการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและ ให้บริการ เช่น กลุ่มผู้สูงวัย หรือ กลุ่มวัยทำงาน	134 (33.5)	159 (39.8)	86 (21.5)	14 (3.5)	7 (1.8)	3.99	0.92	มาก
กิจการมีสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม	153 (38.3)	165 (41.3)	61 (15.3)	15 (3.8)	6 (1.5)	4.10	0.89	มาก
กิจการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อทำให้เกิดความชำนาญ	135 (33.8)	157 (39.3)	88 (22.0)	11 (2.8)	9 (2.3)	3.92	0.93	มาก
รวมเฉลี่ย						4.03	0.77	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.03, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเรื่อง กิจการมีสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.89) รองลงมาคือ กิจการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและ ให้บริการ เช่น กลุ่มผู้สูงวัย หรือ กลุ่มวัยทำงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.99, S.D. = 0.92) และกิจการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อทำให้เกิดความชำนาญอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.92, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยใช้วิธีการนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำค่าเฉลี่ยที่ได้มาแปลงเป็นระดับความคิดเห็นปรากฏดังรายละเอียดตามตารางที่ 22

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านการเงิน	3.97	0.68	มาก
ด้านลูกค้า	4.03	0.78	มาก
ด้านกระบวนการภายใน	4.06	0.72	มาก
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	3.96	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.01	0.66	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.01, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับ ด้านกระบวนการภายใน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06, S.D. = 0.72) รองลงมาคือ ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.68) และ ด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.68) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = 0.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน

ด้านการเงิน	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากสินค้าหรือบริการ	114 (28.5)	185 (46.3)	75 (18.8)	25 (6.3)	1 (0.3)	3.96	0.86	มาก
ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการแสวงหาลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ	148 (37.0)	174 (43.5)	69 (17.3)	8 (2.0)	1 (0.3)	4.15	0.78	มาก

ตารางที่ 22 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจด้านการเงิน (ต่อ)

ด้านการเงิน	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ารายเก่า	127 (31.0)	184 (46.0)	70 (17.5)	17 (4.3)	2 (0.5)	4.04	0.84	มาก
ธุรกิจมีการลดต้นทุนการผลิต เช่น ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ จัดซื้อวัตถุดิบแหล่งที่มีราคาถูก เป็นต้น	142 (35.5)	181 (45.3)	62 (15.5)	14 (3.5)	1 (0.3)	4.12	0.81	มาก
กำไรของธุรกิจมีความแน่นอนและต่อเนื่อง	108 (27.0)	168 (42.0)	102 (25.5)	22 (5.5)	0 (0.0)	3.90	0.85	มาก
การดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้	109 (27.3)	186 (46.5)	92 (23.0)	12 (3.0)	1 (0.3)	3.97	0.80	มาก
รวมเฉลี่ย						**4.02**	**0.61**	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.02, S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการแสวงหาลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ ($\bar{X}$ = 4.15, S.D. = 0.78) รองลงมาคือ ธุรกิจมีการลดต้นทุนการผลิต เช่น ปรับปรุง กระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ จัดซื้อวัตถุดิบแหล่งที่มีราคาถูก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.12, S.D. = 0.81) และ ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ารายเก่า อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.04, S.D. = 0.84) และ การดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.97, S.D. = 0.83) และ ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากสินค้าหรือบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = 0.86) และ กำไรของธุรกิจมีความแน่นอนและต่อเนื่องอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.90, S.D. = 0.85) ตามลำดับ

ตารางที่ 23 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านลูกค้า

ด้านลูกค้า	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ลูกค้าแสดงความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ	160 (40.0)	180 (45.0)	41 (10.3)	14 (3.5)	5 (1.3)	4.06	0.90	มาก
ธุรกิจมีจำนวนลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น	136 (34.0)	150 (37.5)	99 (24.8)	11 (2.8)	4 (1.0)	3.96	0.95	มาก
ธุรกิจสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้	177 (44.3)	148 (37.0)	59 (14.8)	9 (2.3)	7 (1.8)	4.06	1.00	มาก
รวมเฉลี่ย						**4.13**	**0.71**	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านธุรกิจสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06, S.D. = 1.00) รองลงมาคือ ด้านลูกค้าแสดงความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06, S.D. = 1.00) และด้านธุรกิจมีจำนวนลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = 0.95) ตามลำดับ

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านกระบวนการภายใน

ด้านกระบวนการภายใน	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
กระบวนการผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ลูกค้ามีความสูญเสียหรือเสียหายน้อยลง	121 (30.3)	191 (47.8)	71 (17.8)	16 (4.0)	1 (0.3)	3.94	0.91	มาก
แผนงานการปฏิบัติงานที่วางไว้มีความ เหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติได้โดยไม่เกิดปัญหา	143 (35.8)	191 (47.8)	57 (14.3)	7 (1.8)	2 (0.5)	4.11	0.80	มาก
ธุรกิจสามารถจัดหาและส่งมอบสินค้า หรือ บริการตรงตามกำหนด	168 (42.0)	170 (42.5)	51 (12.8)	9 (2.3)	2 (0.5)	4.13	0.86	มาก
รวมเฉลี่ย						**4.14**	**0.65**	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ กระบวนการภายใน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.14, S.D. = 0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธุรกิจสามารถจัดหาและส่งมอบสินค้า หรือ บริการตรงตามกำหนด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D. = 0.86) รองลงมาคือ แผนงานการปฏิบัติงานที่วางไว้มีความ เหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติได้โดยไม่เกิดปัญหา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.11, S.D. = 0.80) และ กระบวนการผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ลูกค้ามีความสูญเสียหรือเสียหายน้อยลง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.94, S.D. = 0.91) ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	ระดับ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
กิจการมีการฝึกอบรมหรือสอนงานให้แก่พนักงานเพื่อการพัฒนาตนเอง พัฒนางาน และพัฒนากิจการ	128 (32.0)	165 (41.3)	79 (19.8)	26 (6.5)	2 (0.5)	3.91	0.94	มาก
อัตราการเข้า-ออกของพนักงานอยู่ในระดับที่เหมาะสม	121 (30.3)	180 (45.0)	77 (19.3)	18 (4.5)	4 (1.0)	3.96	0.86	มาก
การนำเทคโนโลยีใหม่ มาใช้เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	111 (27.8)	188 (47.0)	79 (19.8)	19 (4.8)	3 (0.8)	3.93	0.84	มาก
พนักงานมีความพึงพอใจในสวัสดิการของกิจการ	150 (37.5)	181 (45.3)	56 (14.0)	11 (2.8)	2 (0.5)	4.06	0.84	มาก
รวมเฉลี่ย						**3.96**	**0.70**	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = 0.70) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พนักงานมีความพึงพอใจในสวัสดิการของกิจการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.06, S.D. = 0.84) รองลงมาคือ อัตราการเข้า-ออก ของพนักงานอยู่ในระดับที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = 0.86)และ การนำเทคโนโลยีใหม่ มาใช้เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก($\bar{X}$ = 3.93, S.D. = 0.84)และ กิจการมีการฝึกอบรมหรือสอนงานให้แก่

พนักงานเพื่อการพัฒนาตนเอง พัฒนางาน และ พัฒนากิจการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91, S.D. = 0.94) ตามลำดับ

4.6. ผลการทดสอบสมมติฐานของงานวิจัย

ในการศึกษานี้ได้ทำการทดสอบสมมติฐานเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลระหว่างตัวแปรต่างๆ ด้วยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ที่เป็นโปรแกรมสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และการจัดข้อมูลต่างๆ เพื่อนำไปพิสูจน์การยอมรับหรือปฏิเสธสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ อายุกิจการ ระดับการศึกษา จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมแตกต่างกัน

ตารางที่ 26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามเพศ โดยใช้สถิติ T-Test

เพศ	N	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
ชาย	191	*47.8*	*0.60*	*-1.404*	*0.619*
หญิง	209	*42.2*	*0.55*		

จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีที่มีเพศต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุ โดยใช้สถิติ F-Test

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2.343	4	.58	1.754	0.137
ภายในกลุ่ม	131.90	395	.33		
รวม	134.24	399			

จากตารางที่ 27 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีที่มีอายุต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 28 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามอายุกิจการโดยใช้สถิติ F-Test

แหล่งความแปรปรวน	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
ระหว่างกลุ่ม	1.950	4	.48	1.456	0.215
ภายในกลุ่ม	132.29	395	.33		
รวม	134.24	399			

จากตารางที่ 28 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีที่มีอายุกิจการต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 29 แสดงการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามระดับการศึกษาโดยใช้สถิติ F-Test

แหล่งความแปรปรวน	**SS**	**Df**	**MS**	**F**	**Sig.**
ระหว่างกลุ่ม	2.693	4	.67	2.021	0.091
ภายในกลุ่ม	131.55	395	.33		
รวม	134.24	399			

จากตารางที่ 29 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีที่มีระดับการศึกษาต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 30 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามจำนวนเงินลงทุนโดยใช้สถิติ F-Test

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	1.534	4	.38	1.141	0.337
ภายในกลุ่ม	132.70	395	.33		
รวม	134.24	399			

จากตารางที่ 30 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีที่มีจำนวนเงินลงทุนต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 31 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความสำเร็จของผู้ประกอบการ จำแนกตามแหล่งที่มาของเงินทุนโดยใช้สถิติ F-Test

แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	0.797	4	.199	0.590	0.670
ภายในกลุ่ม	133.44	395	.338		
รวม	132.24	399			

จากตารางที่ 31 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีที่มีแหล่งที่มาของเงินลงทุนต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ในการวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มีตัวแปรย่อย 5 ตัวแปร เป็นตัวแปรอิสระ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Enter ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$X_{1.1}$ หมายถึง ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน

$X_{1.2}$ หมายถึง ด้านความกล้าเสี่ยง

$X_{1.3}$ หมายถึง ด้านการทำงานเชิงรุก

$X_{1.4}$ หมายถึง ด้านความสามารถในการแข่งขัน

$X_{1.5}$ หมายถึง ด้านการมีนวัตกรรม

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อพิจารณาว่า เมื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยพุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter โดยใส่ตัวแปรอิสระจำนวน 5 ตัวแปร แล้วสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละเท่าใด และมีตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ รายละเอียดผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 32

ตารางที่ 32 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	**ความได้เปรียบในการแข่งขัน**				
	B	**Std. error**	**Beta**	**t**	**Sig.**
ค่าคงที่ (Constant)	0.719	0.130		5.531	0.000
ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ($X_{1.1}$)	0.145	0.033	0.166	4.344	0.000*
ด้านความกล้าเสี่ยง ($X_{1.2}$)	0.148	0.037	0.170	3.985	0.000*
ด้านการทำงานเชิงรุก ($X_{1.3}$)	0.174	0.042	0.198	4.166	0.000*
ด้านความสามารถในการแข่งขัน ($X_{1.4}$)	0.232	0.041	0.267	5.604	0.000*
ด้านการมีนวัตกรรม ($X_{1.5}$)	0.142	0.036	0.173	3.991	0.000*
R = 0.808 R^2 = 0.653 R^2 adj = 0.549 F = 148.37					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็น ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน (Sig. = 0.000) ด้านความกล้าเสี่ยง (Sig. = 0.000) ด้านการทำงานเชิงรุก (Sig. = 0.000) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Sig. = 0.000) และด้านการมีนวัตกรรม (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยค่า R^2 adj = 0.549 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน คิดเป็นร้อยละ 54.90

ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการแข่งขัน (B = 0.232) ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการทำงานเชิงรุก (B = 0.174) ด้านการมีนวัตกรรม (B = 0.142) ด้านความกล้าเสี่ยง (B = 0.148) และด้านการมีอิสระในการบริหารงาน (B = 0.145) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรง เพื่อทำนายความได้เปรียบในการแข่งขันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.719 + 0.145(X_{1.1}) + 0.148(X_{1.2}) + 0.174(X_{1.3}) + 0.232(X_{1.4}) + 0.142(X_{1.5})$$

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

ในการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี มีตัวแปรย่อย 4 ตัวแปร เป็นตัวแปรอิสระ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Enter ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$X_{2.1}$	หมายถึง	ด้านการเมือง
$X_{2.2}$	หมายถึง	ด้านเศรษฐกิจ
$X_{2.3}$	หมายถึง	ด้านสังคมและวัฒนธรรม
$X_{2.4}$	หมายถึง	ด้านเทคโนโลยี

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อพิจารณาว่า เมื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยพุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter โดยใส่ตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัวแปร แล้วสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละเท่าใด และมีตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ รายละเอียดผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 33

ตารางที่ 33 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	ความได้เปรียบในการแข่งขัน				
	B	Std. error	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่ (Constant)	1.085	0.119		9.110	0.000
ด้านการเมือง ($X_{2.1}$)	- 0.01	0.021	-0.032	-0.875	0.382
ด้านเศรษฐกิจ ($X_{2.2}$)	0.257	0.032	0.339	8.042	0.000*
ด้านสังคมและวัฒนธรรม ($X_{2.3}$)	0.283	0.030	0.361	9.357	0.000*
ด้านเทคโนโลยี ($X_{2.4}$)	0.235	0.028	0.299	8.271	0.000*
R = 0.800 R^2 = 0.640 R^2 adj = 0.637 F = 175.67					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 33 พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ (Sig. = 0.000) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sig. = 0.000) และด้านเทคโนโลยี (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยค่า R^2 adj = 0.637 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 63.7

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม (B = 0.283) ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านเศรษฐกิจ (B = 0.257) และด้านเทคโนโลยี (B = 0.235) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรง เพื่อทำนายความความได้เปรียบในการแข่งขันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ได้ดังนี้

$$\hat{y} = 1.085 + 0.257(X_{2.2}) + 0.283(X_{2.3}) + 0.235(X_{2.3})$$

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จ มีตัวแปรย่อย 4 ตัวแปร เป็นตัวแปรอิสระ วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) แบบ Enter ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

$X_{3.1}$	หมายถึง	ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน
$X_{3.2}$	หมายถึง	ด้านการสร้างความแตกต่าง
$X_{3.3}$	หมายถึง	ด้านการตอบสนองเร็ว
$X_{3.4}$	หมายถึง	ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อพิจารณาว่า เมื่อทำการวิเคราะห์การถดถอยพุคูณ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter โดยมีตัวแปรอิสระจำนวน 4 ตัวแปร แล้วสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้ร้อยละเท่าใด และมีตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ รายละเอียดผลการวิเคราะห์ดังแสดงในตารางที่ 34

ตารางที่ 34 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน	**ความสำเร็จของผู้ประกอบการ**				
	B	**Std. error**	**Beta**	**t**	**Sig.**
ค่าคงที่ (Constant)	0.523	0.129		4.051	0.000
ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($X_{3.1}$)	0.328	0.044	0.333	7.487	0.000*
ด้านการสร้างความแตกต่าง ($X_{3.2}$)	0.195	0.052	0.203	3.725	0.000*
ด้านการตอบสนองเร็ว ($X_{3.3}$)	0.192	0.044	0.222	4.321	0.000*
ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ($X_{3.4}$)	0.136	0.030	0.179	4.546	0.000*
R = 0.817 R^2 = 0.667 R^2 adj = 0.663 F = 197.59					

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 34 พบว่า ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Sig. = 0.000) ด้านการสร้างความแตกต่าง (Sig. = 0.000) ด้านการตอบสนองเร็ว (Sig. = 0.000) และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อความความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยค่า R^2 adj = 0.663 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี คิดเป็นร้อยละ 66.3

ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (B = 0.328) ส่งผลต่อความสำเร็จผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการสร้างความแตกต่าง (B = 0.195) และด้านการตอบสนองเร็ว (B = 0.192) และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (B = 0.136) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี สามารถเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรง เพื่อทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ได้ดังนี้

$$\hat{y} = 0.523 + 0.328(X_{3.1}) + 0.195(X_{3.2}) + 0.192(X_{3.3}) + 0.136(X_{3.4})$$

มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี และเพื่อศึกษาปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดราชบุรี ซึ่งมีจำนวน 27,194 คน และใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 394 คน แต่เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและผิดพลาดของข้อมูล จึงทำการเก็บตัวอย่างเพิ่มเติมเป็น 400 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่มีความเป็นอิสระต่อกัน (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression) โดยสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอายุกิจการระหว่าง 1 – 5 ปี ใช้จำนวนเงินลงทุนต่ำกว่า 500,000 บาท จากเงินทุนส่วนตัว

2. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีให้ความสำคัญปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านการทำงานเชิงรุก เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านการมีนวัตกรรม ตามลำดับ สามารถอธิบายในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

2.1 ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องท่านสนับสนุนให้บุคคลหรือทีมงานได้มีอิสระในการทำอย่างงานเต็มที่ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านเชื่อว่าผลลัพธ์ที่ดีที่สุดจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลหรือทีมงานตัดสินใจด้วยตัวเองเพื่อหาโอกาสทางธุรกิจ

และลงมือปฏิบัติ และบุคคลหรือทีมงานของท่านคิดหาโอกาสทางธุรกิจและตัดสินใจด้วยตัวเองตามงานที่ได้รับมอบหมายภายใต้บทบาทรับผิดชอบของท่าน ตามลำดับ

2.2 ด้านความกล้าเสี่ยง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องท่านเชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยง เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านกล้าเสี่ยงที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อความสามารถในการแข่งขัน ท่านคิดว่าการดำเนินธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงเสมอ และพร้อมเผชิญกับความเสี่ยงนั้น และท่านกล้าใช้ทรัพย์สิน หรือเงินจำนวนมากสำหรับการประกอบธุรกิจ และการลงทุน ตามลำดับ

2.3 ด้านการทำงานเชิงรุก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านพยามยามแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบต่างๆที่มีต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านมีความพยายามที่จะแสวงหาโอกาสใหม่ๆ เช่น การแสวงหาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการใหม่ๆการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ และ ท่านเป็นผู้ริเริ่มสิ่งใหม่ก่อนคู่แข่งขันเสมอ อาทิ การเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการใหม่ ตามลำดับ

2.4 ความสามารถในการแข่งขัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีความพยายามบริหารจัดการให้กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านพยายามบริหารจัดการให้กิจการมีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และ ท่านคิดหากลยุทธ์ในการดำเนินงานที่แตกต่าง เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเดียวกันได้ง่าย ตามลำดับ

2.5 ด้านการมีนวัตกรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านมีความพยายามที่จะแสวงหาความคิดใหม่ สิ่งแปลกใหม่ ที่อาจนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านสนับสนุนหรือส่งเสริมการทดลองและการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ และค้นหาวิธีการแก้ปัญหาที่แปลกใหม่ในกิจการของท่าน และท่านนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

3. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีให้ความสำคัญปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจ และ ด้านการเมือง ตามลำดับ สามารถอธิบายในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

3.1 ด้านการเมือง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ท่านมักมองหาโอกาสจากสถานการณ์ทางการเมืองในการดำเนินกิจการของท่าน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านมักมองหาโอกาสของนโยบายด้านการเงินของรัฐบาล และท่านมักได้รับโอกาสตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของรัฐ ตามลำดับ

3.2 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ต้นทุนของวัตถุดิบที่ต่ำลงทำให้กิจการของท่านมีต้นทุนการผลิตลดลง เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การดำเนินงานของท่านคำนึงถึงดอกเบี้ยเสมอ และ ท่านมักได้รับโอกาสจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ

3.3 ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ท่านดำเนินงานภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ การดำเนินงานของท่านคำนึงถึงกระแสนิยมของสังคมและลูกค้า ตามลำดับ

3.4 ด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีผลต่อกลยุทธ์การดำเนินงานกิจการ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านมักแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการดำเนินงานของท่าน ตามลำดับ

4.ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีให้ความสำคัญความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ตามลำดับ สามารถอธิบายในแต่ละด้าน ได้ดังนี้

4.1 ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ท่านเชื่อมั่นว่าการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ทำให้ไม่ เกิดความสูญเสีย การสิ้นเปลือง ท่านสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และ ท่านสามารถรักษาระดับต้นทุนของกิจการได้ ตามลำดับ

4.2 ด้านการสร้างความแตกต่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ท่านให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย และอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความ แตกต่างและความประทับใจในการบริการ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านมีสินค้า หรือ บริการที่มีคุณภาพไว้วางใจ และเชื่อถือได้ในระยะยาวเป็นที่ยอมรับจาก ลูกค้า ท่านสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง และท่านส่งเสริมให้มีการผลิตหรือพัฒนาสินค้าที่มีความแตกต่างตามลำดับ

4.3 ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องท่านมีการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ท่านมีการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตรงตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด และพนักงานของท่านสามารถตอบสนองและบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ตามลำดับ

4.4 ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องกิจการมีสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ กิจการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและ ให้บริการ เช่น กลุ่มผู้สูงวัย หรือ กลุ่มวัยทำงาน และ กิจการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อทำให้เกิดความชำนาญ

5. ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสำเร็จ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีให้ความสำคัญปัจจัยด้านความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านกระบวนการภายใน เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ตามลำดับ สามารถอธิบายในแต่ละด้านได้ดังนี้

5.1 ด้านการเงิน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการแสวงหาลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ธุรกิจมีการลดต้นทุนการผลิต เช่น ปรับปรุง กระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ จัดซื้อวัตถุดิบแหล่งที่มีราคาถูก ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ารายเก่า การดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากสินค้าหรือบริการ และ กำไรของธุรกิจมีความแน่นอนและต่อเนื่อง ตามลำดับ

5.1 ด้านลูกค้า พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ธุรกิจสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ลูกค้าแสดงความพึงพอใจในสินค้าหรือบริการ และ ธุรกิจมีจำนวนลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น ตามลำดับ

5.3 ด้านกระบวนการภายใน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่อง ธุรกิจสามารถจัดหาและส่งมอบสินค้า หรือ บริการตรงตามกำหนด เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ แผนงานการปฏิบัติงานที่วางไว้มีความ เหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติได้โดยไม่เกิดปัญหา และกระบวนการผลิตสินค้า หรือการให้บริการ ลูกค้ามีความสูญเสียหรือเสียหายน้อยลง ตามลำดับ

5.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเรื่องพนักงานมีความพึงพอใจในสวัสดิการของกิจการ เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ อัตราการเข้า-ออกของพนักงานอยู่ในระดับที่เหมาะสม การนำเทคโนโลยีใหม่ มาใช้เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้

อย่างต่อเนื่อง และกิจการมีการฝึกอบรมหรือสอนงานให้แก่ พนักงานเพื่อการพัฒนาตนเอง พัฒนางาน และ พัฒนากิจการ ตามลำดับ

5.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีต่างกัน พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีที่มีปัจจัยด้านประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.2 สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน (Sig. = 0.000) ด้านความกล้าเสี่ยง(Sig. = 0.000) ด้านการทำงานเชิงรุก (Sig. = 0.000) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (Sig. = 0.000) และด้านการมีนวัตกรรม (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.3 สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ (Sig. = 0.000) ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Sig. = 0.000) และด้านเทคโนโลยี (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.4 สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี พบว่า ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Sig. = 0.000) ด้านการสร้างความแตกต่าง(Sig. = 0.000) ด้านการตอบสนองเร็ว (Sig. = 0.000) และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Sig. = 0.000) ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

5.3 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี มีประเด็นสำคัญที่ผู้วิจัยนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีไม่แตกต่างกัน โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดราชบุรีมีความได้เปรียบในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ส่งผลให้ความสัมพันธ์ของ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความได้เปรียบในการแข่งขันไม่แตกแต่งกัน สอดคล้องกับงานวิจัย ของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรชัย อุตมอ่าง (2554) ศึกษาเรื่อง การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของ ประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ ของประเทศไทย ที่มีประเภทของธุรกิจ ทุนจดทะเบียนหรือเงินลงทุนเริ่มต้นของธุรกิจ จำนวนพนักงาน และระยะเวลาประกอบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเนื่องจากธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่มีลักษณะการ บริหารงานอย่างอิสระ การจัดหาเงินทุนส่วนใหญ่เป็นทุนส่วนตัว ทำ ให้ขาดโอกาสที่จะได้รับเงินทุน และสินเชื่อจากสถาบันการเงิน

2. จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านนวัตกรรม และด้านการทำงานเชิงรุก ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด โดยปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เป็นจุดเด่น ลักษณะเด่น หรือความสามารถของผู้ประกอบการ ที่มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ และสามารถช่วยให้ธุรกิจมีประสิทธิภาพ มีความได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์ (2561) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นตัวเอง ความกล้าเสี่ยง ความมีนวัตกรรม และการแข่งขันเชิงรุก มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิสุธิดา นักเกษม และ ธีระวัฒน์ จันทึก (2562) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ และ

ความแกร่งในการแข่งขัน โดยมีค่าความสัมพันธ์เชิงบวกทางตรงต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร

3. จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรรวมถึงความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกจะทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงโอกาสใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการมองเห็นภัยคุกคามที่สามารถช่วยให้ตัดสินใจในการวางแผนหรือการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ แวยูแฮ แวปา (2560) ศึกษาเรื่อง สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน กรณีศึกษาจังหวัดยะลา พบว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก จะเป็นตัวกำหนดทิศทางที่ชัดเจนขององค์กรในการปรับกลยุทธ์ขององค์กรใหม่เพื่อเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ และยังสอดคล้องกับ พัชราพรรณ ชอบธรรม (2562) ซึ่งกล่าวว่า ความสำเร็จ ความสามารถในแข่งขัน หรือความยั่งยืนขององค์กรนั้นขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการสร้างกลยุทธ์ที่สามารถแข่งขันได้ มีความแตกต่าง โดยกลยุทธ์ดังกล่าวนั้นเกิดจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งผลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมอย่างรอบครอบ จะนำไปสู่การได้กลยุทธ์ที่แข่งขันได้และเกิดประสิทธิผลสูงสุดกับองค์การ

4. จากผลการศึกษา พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี โดยความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมาย หรือ การนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ซึ่งกิจการสามารถสร้างคุณค่านั้นได้ด้วยการสร้างความแตกต่าง การตอบสนองที่รวดเร็ว การนำเสนอคุณค่าด้วยต้นทุนที่ต่ำ หรือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยความได้เปรียบในการแข่งขันมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและสามารถแข่งขันในตลาดจะทำให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าเจริญเติบโตและยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Siriwan, U., et al. (2556) ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งประกอบไปด้วย

การสร้างความแตกต่าง การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การตอบสนองเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของกิจการโดยชี้วัดจากการประเมินองค์กรสมดุล ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโต สำหรับผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทย ขาดแคลนองค์ความรู้ในการบริหารจัดการต้นทุนและบัญชี ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารวิสาหกิจควรจะมีการสร้าง พัฒนา เรียนรู้ ฝึกฝน และเพิ่มพูนความรู้ทางธุรกิจในด้านต่างๆ อาทิ เช่น ด้านนวัตกรรมสินค้าบริการ การบริหารที่ทันสมัย ซึ่งประกอบไปด้วย การบริหารทั่วไป การบริหารด้านการตลาด การบริหารด้านการเงินและผลิตภัณฑ์สินค้า โดยดังที่กล่าวนี้มีส่วนสำคัญต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินกิจการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงาน ตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยการได้เปรียบในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนจะส่งผลต่อการดำเนินงานของกิจการให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

ข้อเสนอแนะของการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมีอิสระในการ บริหารงาน ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านการมีนวัตกรรม ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยด้านการทำงานเชิงรุกผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านนี้มากเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เป็นหลัก และควรมุ่งเน้นการดำเนินงานให้ธุรกิจเกิดการทำงานแบบเชิงรุก โดยการตรวจสอบ ติดตาม หาข้อมูลข่าวสาร แนวโน้มความต้องการของลูกค้าในตลาดเดิม และคาดการณ์ถึงความต้องการที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินงานภายใน เพื่อพิจารณาความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจ และการกำหนดภารกิจขององค์การในการมุ้งเน้นการเป็นผู้นำในตลาด เช่น การนำเสนอสินค้าหรือเทคโนโลยีใหม่ๆ นอกจากการมุ้งเน้นการเป็นผู้นำในตลาดแล้ว การมีความพยายามที่จะแสวงหา สินค้า หรือ บริการใหม่อย่างต่อเนื่อง และแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบต่างๆที่มีต้นทุนต่ำ เพื่อให้องค์กรเกิดการทำงานเชิงรุก และมีความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านต้นทุน ซึ่งองค์กรจะได้รับผลประโยชน์จากความได้เปรียบดังกล่าวในรูปของรายได้และผลกำไร

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดราชบุรี โดยด้านที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับแรก คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าว โดยจะต้องศึกษาทำความเข้าใจพฤติกรรมการบริโภคของลูกค้า และหมั่นติดตามกระแสนิยมของสังคมในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรดำเนินงานภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

1.3 จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากที่สุดเป็นลำดับแรก ดังนั้นผู้ประกอบการมุ่งเน้นกิจการให้เกิดความสามารถในการนำเสนอสินค้าหรือการบริการใหม่ๆ อย่างรวดเร็ว โดยแสวงหาองค์ความรู้ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนเพื่อนำมาพัฒนาให้สามารถนำเสนอแก่ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และควรมีการสอบถามข้อคิดเห็นของลูกค้าอยู่สม่ำเสมอและนำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ นอกจากนั้นผู้ประกอบการควรมีการวางแผนการขนส่งเพื่อให้สามารถส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความถูกต้องตรงเวลา เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่องค์กรนำมาซึ่งความสำเร็จในการดำเนินกิจการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีการจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดราชบุรี ไม่ได้เจาะจงประเภทของวิสาหกิจ ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการเจาะจงประเภทของวิสาหกิจ เช่น ธุรกิจบริการ ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจผลิต เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงมุมมองเฉพาะกลุ่มได้อย่างชัดเจน และสามารถนำผลการวิจัยไปปรับประยุกต์ใช้ให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

2.2 ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตจังหวัดราชบุรี อาจมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายปัจจัยที่ผู้วิจัยไม่ได้รวมไว้ในแบบสอบถามนี้ ดังนั้นควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพสำหรับปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม และควรมีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ร่วมด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ละเอียดมากขึ้น สามารถนำมาอธิบายปัจจัยอื่นๆ ได้อย่างให้ครอบคลุมและนำไปสู่งานวิจัยที่ดีขึ้นต่อไป

2.3 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรอื่นๆ ในกรอบแนวคิดการวิจัย เพื่อให้ครอบคลุมปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน อาทิ เช่น เรื่องวัฒนธรรมองค์การ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์. (2545). **การจัดการธุรกิจขนาดย่อม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. เท็กซ์แอนด์เจอร์นัลพับลิเคชั่น: กรุงเทพฯ.

กฤษณี มหาวิรุฬห์. (2546). **แนวคิดการบริหารแบบ Balanced Scorecard**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง. (2559). "กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาหลักสูตรบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เขมมารี รักษ์ชูชีพ. (2556). **การบริหารเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล.

เจษฎา จันทรา. (2562). "คุณลักษณะสำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจหอพักเอกชนในเขตตำบลช้างเผือก อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่." หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ทนงวัฒน์ เฉลิมวณิชย์กุล. (2559). "การศึกษากลยุทธ์ระดับองค์กรและกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่." วิทยานิพนธ์หลักสูตรนวัตกรรมการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). **ผลกระทบโควิด**. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม. เข้าถึงได้จาก https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages/256303_CoverStory.aspx

ธิติรัตน์ วิศาลเวทย์. (2540). **คู่มือการวางแผนมหาวิทยาลัย เรื่องการวางแผนกลยุทธ์สำหรับผู้บริหาร**. อุตรดิตถ์: สถาบันราชภัฏอุตรดิตถ์.

นราเขต ยิ้มสุข. (2552). "ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาไม้ดอกไม้ประดับในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก." หลักสูตรศิลปะศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ ภาควิชาจิตวิทยา คณะศิลปะศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิรมิต เทียมทัน. (2555). **Balanced Scorecard และยุทธศาสตร์การบริหารจัดการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.

ประสพชัย พสุนนท์. (2555). **การวิจัยการตลาด**. กรุงเทพฯ: ท้อป.

ผสุ เดชะรินทร์. (2548). **Balance Scorecard** รู้ลึกในการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์ และ พสุ เดชะรินทร์. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ = Strategic management and business policy**. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชราพรรณ ชอบธรรม. (2562). "การวางแผนกลยุทธ์: เครื่องมือสู่ความสำเร็จขององค์การ." **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่**.

เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. (2551). **สถิติเพื่อการวิจัย**. กรุงเทพมหานคร: เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น.

ภาวิณี กาญจนาภา. (2554). **หลักการตลาด = Principles of Marketing**. กรุงเทพฯ: ท้อป.

ภูวนารถ ถาวรศิริ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). "กลยุทธ์การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองจังหวัดกาญจนบุรี." **Veridian E-Journal, Silpakorn** พฤษภาคม –สิงหาคม.

เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฏ์ และคณะ. (2553). **การจัดการเชิงกลยุทธ์: Strategic Management**. พิมพ์ครั้งที่ 2. ถังทรัพย์การพิมพ์: กรุงเทพฯ.

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2538). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนันท์. (2561). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร." **Veridian E-Journal,Silpakorn University**, 11, 1 (มกราคม –เมษายน).

วันชนะ นรสิงห์. (2552). "แบบจำลองผลกระทบจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกต่อองค์การผู้รับเหมาก่อสร้าง." ศึกษาโครงการเฉพาะเรื่อง หลักสูตรปริญญาวิศวกรรมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมและการบริการก่อสร้าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. (2558). "คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้า ในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิชัย โถสุวรรณจินดา. (2545). **กุญแจแห่งความร่วมมือระหว่างนายจ้าง ลูกจ้าง**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพ: สำนักพิมพ์นิติธรรม.

วิทยา ด่านธำรงกูล. (2546). **การบริหาร**. กรุงเทพฯ: เธิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชัน.

วิมพ์วิภา เกตุเทียน. (2556). "คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง." การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

วิสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร." มกราคม-เมษายน.

ศิริญา ตังนฤมิตร. (2558). "ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัด ประจวบคิรีขันธ์." วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). **การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเทกซ์.

ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ. (2558). "คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร." การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชย์ศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมคิด บางโม. (2552). **องค์การและการจัดการ**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

สมโภชน์ อเนกสุข. (2552). **วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 3. ชลบุรี: ภาควิชาวิจัยและวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.

สมยศ นาวีการ. (2548). **การบริหารเชิงกลยุทธ์ = Strategic management**. กรุงเทพฯ: บรรณกิจ.

สมอรุณ จันทรี. (2561). "ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพในการประกอบการธุรกิจ SMEs เครื่องใช้ในครัวเรือน จังหวัดนนทบุรี." **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี**, 10, กรกฎาคม – ธันวาคม.

สรวิศ ปิ่นรัตนานนท์. (2555). "ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จทางการตลาดธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคอีสาน.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). จำนวนผู้ประกอบการในเขตจังหวัดราชบุรี. เข้าถึงเมื่อ 3 กรกฎาคม 2564. เข้าถึงได้จาก https://sme.go.th/th/page.php?modulekey=348

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2543). **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543**. เข้าถึงได้จาก https://sme.go.th/upload/mod_download/พ.ร.บ.สสว.ล่าสุด.PDF

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **การส่งเสริม SME ในจังหวัดราชบุรี**. เข้าถึงได้จาก http://164.115.27.49/th/images/data/PM/download/11_2560/Hinterland%20report%20-%20Ratchaburi.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563a). **GDP MSME ไตรมาสแรกของปี 2563 และคาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจปี 2563**. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม. เข้าถึงได้จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20200818155841 .pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563ข). **เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**. เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม. เข้าถึงได้จาก https://sme.go.th/upload/mod_download/download-20200713111523.pdf

สุธีรา อะทะวงษา. (2556). "คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สุวัฒน์ ศิรินิรันดร์. (2552). **MBA handbook**. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพฯ: ซี แอนด์ เอ็น.

เสนาะ ติเยาว์. (2550). **การบริหารกลยุทธ์**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนิวัช แก้วจำนงค์. (2555). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ (STRATEGIC MANAGEMENT)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. สงขลา: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.

อำนาจ ธีรวนิช. (2549). **ผู้ประกอบการ = Entrepreneur**. กรุงเทพฯ: มาเธอร์ บอส แพคเก็จจิ้ง.

ภาษาอังกฤษ

Akdogan, A. A., and Cingoz, A. (2012). "An empirical study on determining the attitudes of small and medium sized businesses (SMEs) related to coopetition." **Social and Behavioral Sciences, 8th International Strategic Management Conference**, 58: 252-258.

Balasundaram, N. (2008). "A relationship between owner-manager's environmental awareness and small business performance." **University of Jaffna, Jaffna, Sri Lanka. Working papers series**. Available from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1728645.

Campos, H. M., de la Parra, J. P. N., and Parellada, F. S. (2012). "The Entrepreneurial Orientation-Dominant Logic-Performance Relationship in New Ventures: an Exploratory Quantitative Study." **Brazilian Administration Review**, 4: 60-77.

Connor, T. (2002). "The resource-based view of strategy and its value to practising managers." **Strategic Change**, 11: 307–316.

Hitt, M. A., Ireland, R. D., and Hoskisson, R. E. (2011). **Strategic Management, Competitiveness and Globalization: Concepts and Cases**. 9th ed. Mason-United States of America: South-Western Cengage Learning.

Lechner, C., and Gudmundsson, S. V. (2557). "Entrepreneurial Orientation, Firm Strategy and Small Firm Performance." **International Small Business Journal**, 32, 1: 36-60.

Lee, S., and Peterson, S. (2000). "Culture,entrepreneurial orientation and global competitiveness." **Journal of World Business**, 35, 4: 401-416.

Likert, R. (1961). **New Pattern of Management**. New York: Mc Graw-Hill.

Mandeep K. Bilkhu – Thompson. (2003). **An Evaluation of a Service Line's Balanced scorecard Process**. ProQuest Information and Learning company, UMI Number. 1414613.

Miller, D. (1983). "The correlates of entrepreneurship in three types of firms." **Management Science**, 29, 7: 770-791.

Porter, M. E. (1980). **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitions**. New York: Free Press.

Shabanova, L. B., and et al. (2015). "PEST - Analysis and SWOT - Analysis as the Most Important Tools to Strengthen the Competitive Advantages of Commercial Enterprises." **Mediterranean Journal of Social Sciences, MCSER Publishing, Rome-Italy**, 6, 3.

Siriwan, U., and et al. (2013). "The Management of Small and Medium Enterprises to Achieve Competitive Advantages." **Conference of the International Journal of Arts & Sciences**, 6: 154-156.

Victor, C. S., and Judith, T. G. (2018). "The Influence of Competitive Advantage on Firm Performance of Small Medium Enterprises (SMEs), Lembang, Bandung, Indonesia: Case Study." **International Journal of Pure and Applied Mathematics**, 119, 12.

Yan, S. (2010). "Competitive Strategy and Business Environment: The Case of Small Enterprises in China ; College of International Economics, China Foreign Affair University Beijing 100037, China ,." **Asian Social Science**, 6, 11 (November).

ภาคผนวก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี

2. รายละเอียดของแบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard

ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนทุกข้อ ตามความคิดเห็นและความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้ จะนำไปใช้เพื่อประกอบการวิจัยเท่านั้น ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลของท่านไว้เป็นความลับ โดยไม่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใด

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือจากท่านเป็นอย่างดี และขอขอบคุณในความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

ศิวกร อโนรีย์
นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ ที่ตรงกับท่าน

1. เพศ

   ☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

   ☐ ต่ำกว่า 30 ปี ☐ 30 – 39 ปี ☐ 40 – 49 ปี

   ☐ 50 – 59 ปี ☐ 60 ปีขึ้นไป

3. อายุกิจการ

   ☐ ต่ำกว่า 1 ปี ☐ 1 – 5 ปี ☐ 6 – 10 ปี

   ☐ 11 – 15 ปี ☐ 15 ปีขึ้นไป

4. การศึกษา

   ☐ ประถมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา ☐ ปริญญาตรี

   ☐ สูงกว่าปริญญาตรี ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

5. จำนวนเงินลงทุน

   ☐ ต่ำกว่า 500,000 บาท ☐ 500,001 – 1,000,000 บาท

   ☐ 1,000,001 – 5,000,000 บาท ☐ 5,000,001 – 10,000,000 บาท

   ☐ 10,000,000 บาทขึ้นไป

6. แหล่งที่มาของเงินทุน

   ☐ เงินทุนส่วนตัว ☐ ร่วมทุนกับญาติพี่น้อง

   ☐ ร่วมทุนกับเพื่อน ☐ กู้ยืมจากสถาบันทางการเงิน

   ☐ กู้ยืมนอกระบบ ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การมีอิสระในการบริหารงาน					
1. ท่านสนับสนุนให้บุคคลหรือทีมงานได้มีอิสระในการทำงานอย่างเต็มที่					
2. ท่านเชื่อว่าผลลัพธ์ที่ดีที่สุดจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลหรือทีมงานตัดสินใจด้วยตัวเองเพื่อหาโอกาสทางธุรกิจและลงมือปฏิบัติ					
3. บุคคลหรือทีมงานของท่านคิดหาโอกาสทางธุรกิจและตัดสินใจด้วยตัวเองตามงานที่ได้รับมอบหมายภายใต้บทความความรับผิดชอบของท่าน					
ความมีนวัตกรรม					
4. ท่านมีความพยายามที่จะแสวงหาความคิดใหม่ สิ่งแปลกใหม่ ที่อาจนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ					
5. ท่านนำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้					
6. ท่านสนับสนุนหรือส่งเสริมการทดลองและการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ๆ และค้นหาวิธีการแก้ปัญหาที่แปลกใหม่ในกิจการของท่าน					
ความกล้าเสี่ยง					
7. ท่านกล้าใช้ทรัพย์สิน หรือ เงินจำนวนมากสำหรับการประกอบธุรกิจ และการลงทุน					
8. ท่านเชื่อว่าโอกาสในการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องเผชิญหน้ากับความเสี่ยง					

ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความกล้าเสี่ยง					
9. ท่านคิดว่าการดำเนินธุรกิจย่อมมีความเสี่ยงเสมอ และพร้อมเผชิญกับความเสี่ยงนั้น					
10.ท่านกล้าเสี่ยงที่จะปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อความสามารถในการแข่งขัน					
ความสามารถในการแข่งขัน					
11. ท่านมีความพยายามบริหารจัดการให้กิจการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					
12. ท่านคิดหากลยุทธ์ในการดำเนินงานที่แตกต่าง เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเดียวกันได้ง่าย					
13. ท่านพยายามบริหารจัดการให้กิจการมีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน					
การทำงานเชิงรุก					
14.ท่านเป็นผู้ริเริ่มสิ่งใหม่ก่อนคู่แข่งขันเสมออาทิ การเปลี่ยนแปลงสินค้าหรือบริการใหม่					
15. ท่านพยามยามแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบต่างๆที่มีต้นทุนต่ำเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน					
16. ท่านมีความพยายามที่จะแสวงหาโอกาสใหม่ๆ เช่น การแสวงหาผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการใหม่ๆการแสวงหากลุ่มตลาดใหม่ เป็นต้น					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ปัจจัยด้านการเมือง					
1. ท่านมักมองหาโอกาสจากสถานการณ์ทางการเมืองในการดำเนินกิจการของท่าน					
2. ท่านมักได้รับโอกาสตามนโยบายการส่งเสริมการลงทุนของรัฐ					
3. ท่านมักมองหาโอกาสของนโยบายด้านการเงินของรัฐบาล					
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ					
4. อัตราดอกเบี้ยที่ต่ำส่งผลดีต่อกิจการของท่าน					
5. การขยายตัวทางเศรษฐกิจส่งผลดีต่อกิจการของท่าน					
6. ต้นทุนของสินค้าที่ต่ำลงทำให้กิจการของท่านมีต้นทุนการผลิตลดลง					
ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม					
7. การดำเนินงานของท่านคำนึงถึงกระแสนิยมของสังคมและลูกค้า					
8. ท่านดำเนินงานภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคม					
ปัจจัยด้านเทคโนโลยี					
9. ท่านมักแสวงหาเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้ในการดำเนินงานของท่าน					
10. การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีผลต่อกลยุทธ์การดำเนินงานกิจการ					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความได้เปรียบในการแข่งขัน	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน					
1.ท่านสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน					
2.ท่านเชื่อมันว่าจากการมีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจที่ยาวนานจะส่งผลต่อการลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้					
3.ท่านสามารถรักษาระดับต้นทุนของกิจการได้					
4.ท่านผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ทำให้ไม่เกิดความสูญเสีย การสิ้นเปลือง					
การสร้างความแตกต่าง					
5.ท่านส่งเสริมให้มีการผลิตหรือพัฒนาสินค้าที่มีความแตกต่าง					
6.ท่านสนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเพื่อสร้างขอบเขตธุรกิจที่กว้างขึ้นและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจไปอย่างต่อเนื่อง					

ความได้เปรียบในการแข่งขัน	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ท่านให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขายและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและ ความประทับใจในการบริการ					
การตอบสนองอย่างรวดเร็ว					
8.ท่านมีการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตรงตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด					
9. ท่านมีการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า					
10.พนักงานของท่านสามารถตอบสนองและบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว					
การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน					
11. กิจการมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายและให้บริการ เช่น กลุ่มผู้สูงวัย หรือ กลุ่มวัยทำงาน					
12.กิจการมีสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่ม					
13. กิจการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มเพื่อทำให้เกิดความชำนาญ					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความสำเร็จของผู้ประกอบการ	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการเงิน					
1.ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากสินค้าหรือบริการ					
2. ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการแสวงหาลูกค้ารายใหม่อยู่เสมอ					
3. ธุรกิจมีการเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ารายเก่า					
4. กำไรของธุรกิจมีความแน่นอนและต่อเนื่อง					
5.ธุรกิจมีการลดต้นทุนการผลิต เช่น ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ จัดซื้อวัตถุดิบแหล่งที่มีราคาถูก เป็นต้น					
6.กำไรของธุรกิจมีความแน่นอนและต่อเนื่อง					
7.การดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้					
ด้านลูกค้า					
8.ลูกค้าแสดงความพึงพอใจในสินค้าและบริการ					
9. ธุรกิจมีจำนวนลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น					
10.ธุรกิจสามารถรักษาลูกค้ารายเดิมไว้ได้					

ความสำเร็จของผู้ประกอบการ	ระดับ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านกระบวนการภายใน					
11.กระบวนการผลิตสินค้า หรือการให้บริการลูกค้ามีความสูญเสียหรือเสียหายน้อยลง					
12.แผนงานการปฏิบัติงานที่วางไว้มีความเหมาะสม สามารถนำไปปฏิบัติได้โดยไม่เกิดปัญหา					
13.ธุรกิจสามารถจัดหาและส่งมอบสินค้า หรือบริการตรงตามกำหนด					
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา					
14.กิจการมีการฝึกอบรมหรือสอนงานให้แก่พนักงานเพื่อการพัฒนาตนเอง พัฒนางาน และพัฒนากิจการ					
15.อัตราการเข้า-ออก ของพนักงานอยู่ในระดับที่เหมาะสม					
16.นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง					
17.พนักงานมีความพึงพอใจในสวัสดิการของกิจการ					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ศิวกร อโนรีย์
วัน เดือน ปี เกิด	11 สิงหาคม 2537
สถานที่เกิด	จังหวัดราชบุรี
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี คณะวิทยาจัดการ สาขาธุรกิจและภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	10/26 ถ.สมบูรณ์กุล ต.หน้าเมือง อ.เมือง จ.ราชบุรี 70000