

Factors Influencing on Entrepreneur Characteristics and Strategies Impacting Competitive Advantage in Operating Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Suphanburi Province

Jinda Tubtemdee

Instructor of the curriculum of Bachelor of Public Administration, Faculty of Business Administration and Public Administration, Western University, Postcode: 12150

E-mail: jinda_k08@hotmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-6221-2473>

Received 15/08/2024

Revised 22/08/2024

Accepted 12/09/2024

Abstract

Background and Aims: Entrepreneurial characteristics such as innovation, risk-taking, and adaptability are critical because they drive the development of unique products and services, providing businesses with a competitive advantage. Strategies such as effective market positioning and leveraging technology strengthen this advantage by distinguishing the company from competitors, resulting in long-term success. Thus, the objectives of this research were: (1) to explore the characteristics of entrepreneurs and business strategies that impact the competitive advantage in operating small and medium-sized enterprises (SMEs) in Suphanburi province; (2) to study the characteristics of entrepreneurs that have a direct influence on the competitive advantage in operating small and medium-sized enterprises (SMEs) in Suphanburi province; and (3) to examine strategies impacting competitive advantages in operating small and medium-sized enterprises (SMEs) in Suphanburi province.

Methodology: This research used a quantitative research model, with a sample group of 400 people determined using Krejcie and Morgan's formula. Questionnaires were used as the data collection tool. The statistics used for data analysis include percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test for one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

Results: The research results indicated that: 1) the overall characteristics of entrepreneurs and business strategies of entrepreneurs, indicating a high level of agreement; 2) a comparison of the personal factors of the overall sample group showed no statistically significant difference at the .05 level. Factors influencing competitive advantage in the operation of small and medium-sized enterprises (SMEs) in Suphanburi province were found to be the entrepreneurial characteristics of innovative thinking ($\beta = 0.174$) and the business strategy of customer relationships ($\beta = 0.412$), with the equation having a predictive power of 68%; and 3)



recommendations from entrepreneurs must take into account various factors, including sources of funding for the business, by creating innovations to keep up with the changes of the current era.

Conclusion: The study concluded that entrepreneurial characteristics, particularly innovative thinking and business strategies such as customer relationships, have a significant impact on SMEs' competitive advantage. Personal factors, however, showed no significant difference, emphasizing the importance of innovation and strategic customer focus in achieving business success.

Keywords: Characteristics of Entrepreneurs; Business Strategies; Small and Medium-sized Enterprises (SMEs).



ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี

จินดา ทับทิมดี

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
12150

บทคัดย่อ

ภูมิหลังและวัตถุประสงค์: ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ เช่น นวัตกรรม การกล้าเสี่ยง และความสามารถในการปรับตัว มีความสำคัญ เนื่องจากลักษณะเฉพาะเหล่านี้ผลักดันการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเอกลักษณ์ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจมีข้อได้เปรียบในการแข่งขัน กลยุทธ์ต่างๆ เช่น การวางตำแหน่งทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี จะช่วยเสริมข้อได้เปรียบนี้โดยทำให้บริษัทแตกต่างจากคู่แข่ง ส่งผลให้ประสบความสำเร็จในระยะยาว ดังนั้นการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสำรวจคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี (2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล กับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี (3) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี

ระเบียบวิธีการวิจัย: การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คนโดยใช้สูตรของเครจซีและมอร์แกน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F – test ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย: (1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบโดยรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (2) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของบุคคลของกลุ่มตัวอย่างโดยรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พร้อมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการในเรื่องความคิดเชิงนวัตกรรม ($\beta = 0.174$) และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการในเรื่องกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ($\beta = 0.412$) โดยมีสมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 68 และ (3) ข้อเสนอแนะโดยผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ทั้งแหล่งเงินทุนในการทำธุรกิจด้วยการสร้างนวัตกรรมใหม่ ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน

สรุปผล: ผลการศึกษาสรุปได้ว่าลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะการคิดสร้างสรรค์และกลยุทธ์ทางธุรกิจ เช่น ความสัมพันธ์กับลูกค้า มีผลอย่างมากต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของ SMEs อย่างไรก็ตาม

ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเน้นย้ำถึงความสำคัญของนวัตกรรมและการมุ่งเน้นลูกค้าเชิงกลยุทธ์ในการบรรลุความสำเร็จทางธุรกิจ

คำสำคัญ : คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs).

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล(Digital Economy) ซึ่งเป็นยุคที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานทางธุรกิจ บริการเทคโนโลยีดิจิทัลมีแนวโน้มในการเติบโตอย่างต่อเนื่องและขยายวงกว้างออกไปทั่วโลก การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันครั้งนี้ได้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของประชากรโลกในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด จากภาวะวิกฤติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้ความต่อเนื่องและสอดคล้องกับแผนพัฒนายุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) จากบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้ประเทศสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคงท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในทุกด้าน จากทั้งในและนอกประเทศ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” (เชาวนี แยมผิวและจันทนา แสนสุข, 2564) ดังนั้นเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวไปข้างหน้าด้วยความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดำเนินการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยได้กำหนดเป้าหมายชัดเจน ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ได้กล่าวถึงเรื่องของการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน พัฒนาทักษะผู้ประกอบการ ยกระดับผลิตภาพ แรงงานและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) สู่สากล(กรณีย์พัฒน์ อัมประเสริฐ, 2564) พร้อมทั้งการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่จะพัฒนายกระดับเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจฐานราก เสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรม ลดการสูญเสียของผลผลิตทางการเกษตร ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำและการพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม จึงได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรเกิดการรวมกลุ่มกันเองในชุมชน³ จากบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นพลังสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตใน ทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจไทย เป็นเสมือนฟันเฟืองที่ทำให้ประเทศเดินไปข้างหน้า เป็นกลไกที่ช่วย กระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ภาคประชาชนอย่างทั่วถึง และที่สำคัญคนไทยจำนวนมากโดยส่งเสริมให้เกิดการขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ทำให้มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนเพิ่มสูงขึ้น (นิตยา สุภาภรณ์, 2564)ซึ่งเป็นประเด็นแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับศักยภาพ ความพร้อมและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเกิดเครือข่ายของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงไปยังวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนเป็นผลนำไปสู่การสร้างงาน สร้างรายได้สร้างมูลค่าเพิ่ม จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาการผลิต การบริการของตนเองให้มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนต่ำอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวของผู้ประกอบการนั้นถือว่าเป็นผลดีต่อผู้บริโภค (สรสินธุ์ ฉายสินสอน, 2564) ให้มีศักยภาพในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มได้รวมถึงประเทศไทย เนื่องจาก SMEs ใช้เงินทุนจำนวนไม่สูงมาก มีการบริหารจัดการที่ไม่ซับซ้อนเมื่อเทียบกับกิจการ

ขนาดใหญ่ ดังนั้นบทบาทของ SMEs จึงไม่ได้เป็นเพียงกิจการที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศเท่านั้นแต่ยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในระดับธุรกิจภาคประชาชนที่นำไปสู่การกระจายรายได้ที่ดีขึ้นซึ่งจะช่วยสร้างความเข้มแข็งต่อระบบเศรษฐกิจและสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

ดังนั้นกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) จึงเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจึงต้องปรับตัวให้ก้าวทันตามความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองเพื่อให้องค์กรมีการ เจริญเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพมีการประเมินสถานการณ์ขององค์กรการ เพื่อให้เห็นช่องว่างของความแตกต่างระหว่างองค์กรในปัจจุบันกับองค์กรที่ ควรจะเป็นในอนาคตหลังจากนั้น จะต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร (ธนพรรณ ทองโพธิ์ใหญ่, 2563) เพื่อที่จะนำจุดแข็งขององค์กรมาผลักดันการพัฒนาองค์กรเป็นรากฐานในการเสริมสร้างศักยภาพ และความสามารถในการแข่งขันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถานการณ์ข้างต้นทำให้เห็นถึงปัญหาในการประกอบธุรกิจ คือ 1)ปัญหาด้านการตลาด ซึ่งยังขาดความรู้ ความสามารถในการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะตลาดในต่างประเทศ 2)ขาดแคลนเงินทุน มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมาลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน 3)ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานมีปัญหา การเข้าออกสูง 4)ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไปผู้ประกอบการมักขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย 5)ข้อจำกัดด้านการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนถูกเรียนผิดเป็นหลัก และ6)ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล(ศิระ สัตยไพศาล และอนุพงศ์ อวิรุทธา, 2564)

จากที่กล่าวมาข้างต้น “จังหวัดสุพรรณบุรี” ถือเป็นเมืองแห่งเกษตรกรรม โดยมีพื้นที่เกษตรกรรมคิดเป็นร้อยละ 74.28 ของพื้นที่ทั้งหมด โดยส่วนใหญ่จะเป็นพื้นที่ในการทำนา ซึ่งจากการเป็นเมืองแห่งการเกษตรกรรมนั้น ก็ได้มีการรวมกลุ่มในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้อง โดยจังหวัดสุพรรณบุรี มีศักยภาพในด้านภาคการค้า การผลิต ซึ่งการดำเนินงานส่วนใหญ่ต้องพบเจอปัญหาอยู่เสมอ ขาดการบริหารจัดการและการผสมผสานแบบบูรณาการครบวงจร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีหรือ ได้รับความร่วมมือกับสถาบันศึกษาในพื้นที่ในการพัฒนาสินค้าและบริการ ทำให้การพัฒนาสินค้าเป็นไปอย่างล่าช้าและไม่ทันสมัย รวมถึงมีการลงทุนที่ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อีกทั้งสถานการณ์ของตลาดที่มีการชะลอตัวลง อันเนื่องมาจากผลกระทบของภาพรวมเศรษฐกิจภายในประเทศที่มีการหดตัวลง ทำให้ผลประกอบการของธุรกิจที่ผ่านมาลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสุพรรณบุรีไม่มีขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวและยากที่จะประสบความสำเร็จได้ (ณัฐวุฒิ แสนขันติวิโรจน์ และสุมาลี รามัญ, 2564) ดังนั้นด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี” โดยจะเป็นแนวทางอย่างไรจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องปรับตัวปรับปรุง และพัฒนารอบแนวคิด วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่จะสามารถพัฒนาธุรกิจของตนเองให้มีความเจริญเติบโตให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้นเป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญเติบโตสู่ความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

โดยผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อสำรวจคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ และส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล กับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารที่เป็นหนังสือ วารสาร บทความทางวิชาการ ผลงานวิจัย คู่มือ รายงานการประชุม สื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มาตรา 3 ระบุว่าวิสาหกิจหมายความว่า กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่น ตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

ฐานวัฒน์ ฉัตรวิริยานนท์, ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร, สุดาวรรณ สมใจ (2564) กล่าวว่า “วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการโดยกลุ่มหรือองค์กรชุมชน เพื่อจัดการทุนชุมชนซึ่งรวมถึงทรัพยากร ผลิตผล ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม

เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร นฤชล ธนจิตชัย และศลิษา เจริญสุข. (2564) นิยามความหมายของวิสาหกิจชุมชนว่า เป็นการ ประกอบการขนาดย่อมและขนาดจิ๋วของชุมชนเพื่อการจัดการ “ทุน” ของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง โดยมีสมาชิกมากกว่า 15 คน ส่วนวิสาหกิจชุมชนขนาดจิ๋วมีสมาชิกตั้งแต่ 5 ถึง 15 คน เป็นต้น

สรุป สาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการของคนในชุมชน มีกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยครอบครัว องค์กร หรือเครือข่ายชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและสร้างกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนซึ่งมีนัยของการสร้างความ เข้มแข็งและความร่วมมือเป็นสุขของชุมชน

2. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

กุสุมา สร้อยทอง (2565) กล่าวว่า บุคคลที่เป็นเจ้าของหรือเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจตามที่มุ่งหวังที่กำหนดไว้

ธีทัต ตรีศิริโชติ (2564) กล่าวว่า บุคคลที่ทำงานเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้ตนเองและผู้อื่น โดยการหาวิธีการที่ดีที่สุดในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ที่จะเป็คู่แข่งที่น่ากลัวสำหรับ คู่แข่งขัน ที่ดีกับผู้ผลิตวัตถุดิบและเป็นมิตรกับลูกค้า

สรุป คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่เป็นเจ้าของหรือเป็นผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการธุรกิจการจัดสรรทรัพยากร ตลอดจนการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ธุรกิจ

3. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ

กลยุทธ์ในทางธุรกิจกลยุทธ์ หมายถึงการกำหนดและประเมินทางเลือกต่าง ๆ ที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการจากวางแผนดำเนินธุรกิจของตนให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

อัครเดชเดชา ปานท่าไข และชญาภัทร กี่อารีโย (2564) กล่าวว่า กลยุทธ์ (Strategy) จึงหมายถึงแผนรวมของการดำเนินการที่กำหนดทิศทางของการกระทำแนวทางการจัดสรรทรัพยากรเพื่อบรรลุเป้าหมายระยะยาวขององค์กรที่จะทำให้เกิดผลสอดคล้องกับภารกิจและเป้าหมายขององค์กร

สรุป การจัดการเชิงกลยุทธ์(Strategic management) เป็นวิธีการจัดการแบบหนึ่งที่มีมุ่งเน้นการกำหนดทิศทางภารกิจและกลยุทธ์การดำเนินงานขององค์กรในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจต่อไป

4. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

อุทัย ปริณญาสุทธินันท์ (2564) กล่าวว่า ความสามารถขององค์กรจากการในการนำกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มคุณค่า ต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรรวมถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรที่จะสามารถทำกำไรและประสบความสำเร็จได้ หรือขาดทุน จนนำมาซึ่งความล้มเหลวขององค์กรได้นั้น จะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเป็นสำคัญ

ศศิรินทร์ ศาสตรสาร และกอบชัย เมฆดี (2564) กล่าวว่า การดำเนินงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายตามโดยการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการบริหารและดำเนินงานเพื่อที่จะสามารถ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและให้มีความสามารถทางการแข่งขันอย่างสูงสุด

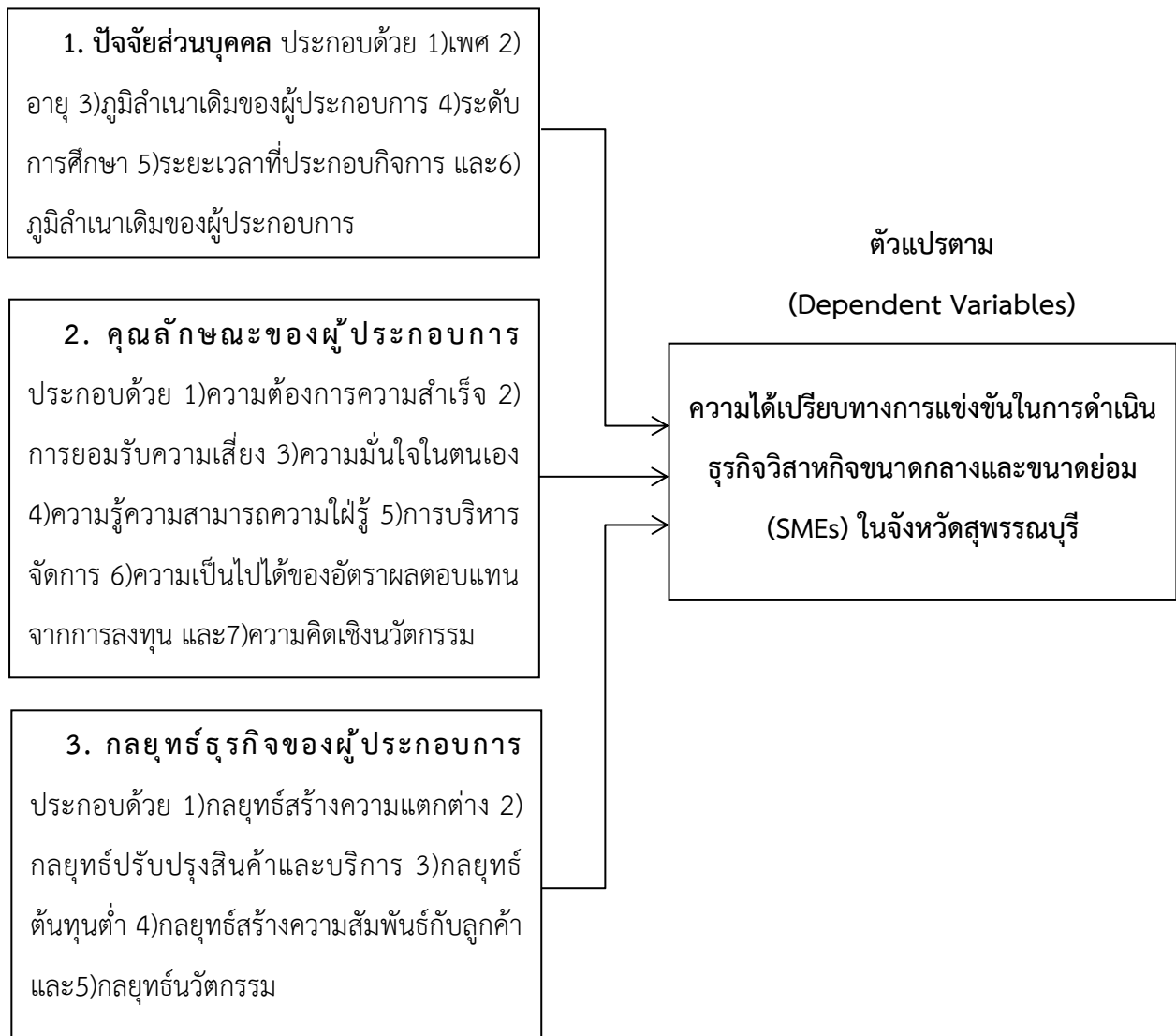
สรุป ความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จธุรกิจที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงย่อมนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจสูงเมื่อเทียบกับคู่แข่งอื่นต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้น ในการวิจัยครั้งนี้ได้แสดงดังในภาพที่ 1 นำเสนอได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

(Independent Variables)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยมีรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 33,300 ราย(สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดสุพรรณบุรี, 2565)

1.2 กลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนเท่ากับ 400 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 10 อำเภอ อำเภอ

ละ 40 คน ได้แก่ 1)อำเภอเมือง 2)อำเภอบางปลาม้า 3)อำเภอศรีประจันต์ 4)อำเภอดอนเจดีย์ 5)อำเภออุทุมพร 6)อำเภอสามชูก 7)อำเภอเดิมบางนางบวช 8)อำเภอหนองหญ้าไซ 9)อำเภอสองพี่น้อง และ 10)อำเภอด่านช้าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1. ปัจจัยส่วนบุคคลผู้ประกอบการ โดยรวมจำนวน 8 ข้อ ส่วนที่ 2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยรวมจำนวน 35 ข้อ และส่วนที่ 3. กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบ โดยรวมจำนวน 25 ข้อ

3. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการทดสอบค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้พัฒนาไปให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผู้วิจัยจึงทำการเลือกเฉพาะข้อคำถามที่เป็นไปตามเกณฑ์ คือ $IOC \geq .50$ พร้อมทั้งการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย โดยแบบสอบถามในแต่ละด้านมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .809 - .984 ซึ่งมีระดับค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับปานกลางถึงสูงมาก(สมโภชน์ อเนกสุข, 2564)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนดังนี้ 4.1)ผู้วิจัยขอนำหนังสือรับรองจากคณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ถึงผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการแจกแบบสอบถาม 4.2)จัดหาผู้ช่วยเก็บข้อมูลจำนวน 5 คน จากนั้นทำความเข้าใจและชี้แจงแบบสอบถามให้ทราบโดยละเอียด ผู้ช่วยเก็บข้อมูลทุกคนสามารถปฏิบัติได้ตามแนวทางเดียวกัน 4.3)ผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูลเข้าพบกลุ่มตัวอย่าง แนะนำตัวชี้แจงการพิทักษ์สิทธิทราบถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษา และวิธีการตอบคำถาม โดยเปิดโอกาสให้ซักถามหลังจากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนทันที และ 4.4)ผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูลตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล นำเสนอได้ดังนี้ 5.1)การทดสอบสมมติฐานโดยวิเคราะห์ ค่าสถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว(One-Way ANOVA) ด้วยค่า F-test พร้อมทั้งการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ(Multiple Regression Analysis) ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่กำหนดไว้ และ 5.2)ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลผู้ประกอบการ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการด้วยการแจกแจงค่าความถี่(Frequency) ค่าร้อยละ(Percentage) ค่าเฉลี่ย(Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviation) ตามลำดับ

6. การพิทักษ์สิทธิผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณนั้น เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญมากในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยไม่เปิดเผยรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ตามความประสงค์ของผู้ให้ข้อมูล การสัมภาษณ์นี้ผู้วิจัยต้องเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูลอย่างใกล้ชิด ตั้งแต่ขั้นตอนการสร้างสัมพันธภาพ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลเกิดความไว้วางใจทำให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือมากที่สุด

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 3 ส่วน คือ 1)สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล 2)สรุปผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบ 3)สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยผู้วิจัยนำเสนอได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อสำรวจคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยสรุปพบว่า

1.1) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ (Percentage) ของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน โดยสรุปว่ากลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 360 คน คิดเป็นร้อยละ 84.50 มีอายุ 30 – 40 ปี จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.75 มีภูมิลำเนาเดิมของผู้ประกอบการอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 81.33 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 63.75 มีระยะเวลาที่ประกอบกิจการ 5 - 10 ปี จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 45.35 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 1,000,001 – 3,000,000 บาท จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 ตามลำดับ

1.2) ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคุณลักษณะ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยสรุปผลพบว่า

1.2.1) ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบ โดยรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.28 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาในรายข้อคำถามพบว่า การบริหารจัดการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X}) = 4.35 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาความคิดเห็นเชิงนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.34 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.33 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.29 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความมั่นใจในตนเองมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.26 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ความต้องการความสำเร็จ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.24 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ การยอมรับความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.23 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2.2) ปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบโดยรวมมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.34 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากและเมื่อพิจารณาในรายข้อคำถาม พบว่า กลยุทธ์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X}) = 4.38 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมากลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.37 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.36 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก กลยุทธ์ต้นทุนต่ำมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.32 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.30 มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 2. สรุปผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบคุณลักษณะ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม

คุณลักษณะ ของผู้ประกอบการธุรกิจ	เพศ	อายุ	ภูมิลำเนา	ระดับ การศึกษา	ระยะเวลาที่ ประกอบ ธุรกิจ	รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน
1. ความต้องการความสำเร็จ	.092	.140	.017*	.012*	.012*	.052
2. การยอมรับความเสี่ยง	.076	.125	.272	.135	.135	.081
3. ความมั่นใจในตนเอง	.039*	.143	.034*	.075	.075	.085
4. ความรู้ความสามารถความใฝ่รู้	.015*	.086	.061	.091	.091	.061
5. การบริหารจัดการ	.009*	.136	.107	.136	.136	.176
6. ความเป็นไปได้ของอัตรา ผลตอบแทนจากการลงทุน	.162	.106	.071	.079	.079	.059
7. ความคิดเชิงนวัตกรรม	.101	.126	.167	.106	.106	.176

*P<.05

ตารางที่ 2. (ต่อ)

กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ						
1. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง	.080	.076	.319	.089	.841	.841
2. กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ	.016*	.056	.007*	.067	.021*	.091
3. กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ	.099	.096	.113	.109	.109	.099
4. กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับ ลูกค้า	.019*	.086	.211	.080	.060	.075
5. กลยุทธ์นวัตกรรม	.059	.110	.027*	.098	.098	.068

*P<.05

จากตารางที่ 2. พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบความแตกต่างคุณลักษณะและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของบุคคลของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น 1)คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจในเรื่อง เพศ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา และ

ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ และ2)กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการในเรื่อง เพศ ภูมิสำเนา และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ตามลำดับ

3. เพื่อศึกษากลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า

3.1) ตัวแปรปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านการบริหารจัดการ และด้านความคิดเชิงนวัตกรรม และเมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระพบว่า 1)คุณลักษณะของผู้ประกอบการความคิดเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อมากที่สุด รองลงมาความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน การบริหารจัดการ ความต้องการความสำเร็จและความมั่นใจในตนเองน้อยที่สุด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 0.01 ตามลำดับ

3.2) ตัวแปรปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และเมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระพบว่ากลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ในด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งผลต่อมากที่สุด รองลงมากลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์นวัตกรรม กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 0.01ตามลำดับ

นอกจากนี้พบว่าค่า Multiple R=0.81 สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.68$) คิดเป็นร้อยละ 68.00 ที่เหลืออีกร้อยละ 32.00 ตามลำดับ โดยนำเสนอได้ตามตารางที่ 3. และตารางที่ 4. ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปรพยากรณ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.698	0.327	-	2.136	0.034	-	-
1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ							
1.1) ความต้องการความสำเร็จ	0.076	0.033	0.141	2.273	0.024*	0.661	1.505
1.2) การยอมรับความเสี่ยง	0.089	0.042	0.129	2.095	0.238	0.552	1.826
1.3) ความมั่นใจในตนเอง	0.078	0.039	0.125	2.022	0.145	0.923	1.264
1.4) ความรู้ความสามารถความใฝ่รู้	0.133	0.061	0.164	2.163	0.132	0.615	1.628
1.5) การบริหารจัดการ	0.104	0.052	0.146	2.018	0.017*	0.725	1.586
1.6) ความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน	0.082	0.239	0.157	2.968	0.107	0.929	1.745
ผลตอบแทนจากการลงทุน							
1.7) ความคิดเชิงนวัตกรรม	0.399	0.070	0.174	4.889	0.000*	0.691	1.632

** P<.01, *P<.05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปรพยากรณ์	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (constat)	0.698	0.327	-	2.136	0.034	-	-
2. กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ							
2.1) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง	0.144	0.071	0.314	5.148	0.000*	0.371	2.616
2.2) กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ	0.012	0.526	0.026	-0.316	0.645	0.468	2.213
2.3) กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ	0.081	0.028	0.114	4.109	0.000*	0.656	1.596
2.4) กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	0.075	0.296	0.412	1.919	0.012*	0.406	3.346
2.5) กลยุทธ์นวัตกรรม	0.082	0.195	0.147	2.159	0.095	0.826	1.426

R = 0.81, $R^2=0.68$ $R^2_{Adjusted}=0.73$, $Sr^2=0.35$, $F=43.49$, $p<0.001$

** $P<.01$, * $P<.05$

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยและตีความข้อมูลต่างๆ ได้เป็น 3 ประเด็น นำเสนอดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายปัจจัย ทั้งปัจจัยภายนอก อาทิ ปัจจัยด้านการเมืองและกฎหมาย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม ปัจจัยด้านเทคโนโลยี และปัจจัยภายใน อาทิวิเคราะห์ด้านการตลาด วิเคราะห์ด้านเทคนิค วิเคราะห์ ด้านการเงิน เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ รวมถึงเครือข่ายทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม ซึ่งต้องอาศัย ความสัมพันธ์ทางเครือข่ายทางธุรกิจในการร่วมมือผสมผสานระหว่างเทคนิคต่างๆ โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของกุสุมา สร้อยทอง (2565) ผลการวิจัยพบว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียวไม่สามารถส่งผลต่อผลการดำเนินงาน เพื่อให้

ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น พร้อมทั้งผลงานวิจัยของเขาวินัย แยมผิวและจันทนา แสนสุข (2564) ผลการวิจัยพบว่ากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการพิจารณากลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการดำเนินงานในทางธุรกิจให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและเหมาะสมกับสภาวะการแข่งขันในปัจจุบันที่สร้างมูลค่าเพิ่มทำให้มีผลประกอบการดีขึ้นต่อไป

ประเด็นที่ 2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดย สรุปพบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น 1)คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจในเรื่อง เพศ ภูมิสำเนา ระดับการศึกษา และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ และ2)กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการในเรื่อง เพศ ภูมิสำเนา และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของนิวัฒน์ นิธิชัยอนันต์ และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย. (2563). ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการที่มีอายุอายุกิจการ ระดับการศึกษา เงินลงทุน แหล่งที่มาของเงินทุนแตกต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันไม่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พร้อมทั้งผลงานวิจัยของเทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร นฤชล ธนจิตชัย และศลิษา เจริญสุข (2564) ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบนวัตกรรมทางการตลาดเพื่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลาง ประกอบด้วย 1)ด้านสินค้าและบริการ มี 7องค์ประกอบ 2) ด้านราคา มี 6องค์ประกอบ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมี 4)ด้านส่งเสริมการตลาด และ5)สภาพแวดล้อมภายนอกทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ประเด็นที่ 3. กลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดสุพรรณบุรี แสดงให้เห็นว่ามีปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายปัจจัย ซึ่งการสร้างความสัมพันธ์ทางเครือข่าย นั้นจะสามารถทำให้บุคคลในองค์กรมีการเชื่อมโยงประสานงานกันและกันที่ดีขึ้น จากการนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ วางแผนการตลาดเพื่อสร้างโอกาสที่จะประสบความสำเร็จการดำเนินธุรกิจรวมทั้งสามารถดึงดูดทรัพยากรของแต่ละธุรกิจมาประสานเชื่อมโยงกันเพื่อให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพที่เหมาะสมในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของเอกชัย เรืองรัตน์ สุดา สุวรรณภิรมย์ และธิปไตย โสติถิวรรณ(2567) ผลการวิจัยพบว่า การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ส่วนประสมทางการตลาดแบบใหม่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความยั่งยืนบนความปกติใหม่ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารคลังสินค้าขนาดเล็กของผู้ประกอบการ พร้อมทั้งผลงานวิจัยของศศินันท์ ศาสตร์สาระ และกอบชัย เมฆดี (2564) ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนโดยการสร้างชุมชนให้เป็นเจ้าของร่วมกัน มีเงินทุนเวียนเกิดการจ้างงานภายในชุมชน มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตและรายได้ของคนในชุมชนอย่างเป็นระบบต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับจากการวิจัยในครั้งนี้

1.1) ผู้ประกอบการควรมีความมั่นใจในตนเอง เปิดรับนวัตกรรมใหม่ๆ และนำนวัตกรรม เข้ามาใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ พร้อมทั้งจะต้องมีแหล่งเงินทุน มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน โดยต้องสร้างสินค้าบริการแปลกใหม่ มีวิสัยทัศน์ มีเอกลักษณ์ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคต่อไป

1.2) ผู้ประกอบการสามารถนำความรู้จากการวิจัยนี้ ไปใช้แก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นในธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจ เพื่อเตรียมรับมือความไม่แน่นอนในปัจจุบันและอนาคตต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในภาพรวมของคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งเน้นการวิจัยในกลุ่มของผู้ประกอบในจังหวัดเมืองหลักอื่นๆ ของไทยทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อหาข้อเปรียบเทียบผลการศึกษาย่อยต่อไป

2. ควรมีการศึกษาวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดมุมมองด้านแนวคิดที่หลากหลาย เพราะอาจจะทำให้ได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจอื่นๆ ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

กรัณย์พัฒน์ อิมประเสริฐ. (2564). กลยุทธ์การตลาดเพื่อความยั่งยืนของวิสาหกิจขนาดย่อมในจังหวัดนนทบุรี.

วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์). 15(2), 262-273.

กุสุมา สร้อยทอง. (2565). อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบในการแข่งขันต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครพนม. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. 33(108), 60-76.

เขาวนิ แยมผิวและจันทนา แสนสุข .(2564). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการสันตพล. 7(1), 39-48.

ฐานวัฒน์ ฉัตรวิริยานนท์, ศิริวิทย์ กุลโรจนภัทร, สุดาวรรณ สมใจ. (2564). การพัฒนาขีดความสามารถการแข่งขันของผู้ประกอบการเครื่องนุ่งห่มไทยอย่างยั่งยืน *Journal of the Association of Researchers*. 25(1), 271-287.

ณัฐภูมิ แสนขันติวิโรจน์ และสุมาลี รามัญ. (2564). อิทธิพลความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย. 13 (2), 253-268.

เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร นฤชล ธนจิตชัย และศลิษา เจริญสุข. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยปทุมธานี. 13(1), 12-22

- ชนพรรณ ทองโพธิ์ใหญ่. (2563.) ศึกษาวิจัยเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. 10(3), 215-2224.
- ธีทัต ตรีศิริโชติ.(2564). การปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง. *วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชน*. 3(2), 62-72.
- นิตยา สุภาภรณ์. (2564). ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*. 7(2), 43-52.
- นิวัรัตน์ นิธิชัยอนันต์ และนภาพรณ พัฒนฉัตรชัย. (2563). ศักยภาพทางเศรษฐกิจชุมชน ชายแดนไทย-กัมพูชา: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านโจรก ตำบลด่าน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*. 13(46), 101-111.
- ศศินันท์ ศาสตรสาระ และกอบชัย เมฆดี. (2564). การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์*. 8(3), 298-313.
- ศิระ สัตยไพศาล และอนุพงศ์ อวิรุทธา. (2564). การยอมรับเทคโนโลยี คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการและโอกาสทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจสตาร์ทอัพ. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 14(3), 41-50.
- สมโภชน์ อเนกสุข. (2564). วิธีการเชิงปริมาณ และวิธีการเชิงคุณภาพสู่วิธีการวิจัยแบบผสม. *Journal of Education Studies, Burapha University*. 3(1), 1-16.
- สรสินธุ์ ฉายสินสอน. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ และการรับรู้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีคลัสเตอร์สินค้าอัญมณีเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. *วารสารสถิติประยุกต์และเทคโนโลยีสารสนเทศ*. 6(1), 21-36.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจังหวัดสุพรรณบุรี. (2565). *GDP MSME ไตรมาสแรกของปี 2563 และคาดการณ์ แนวโน้มเศรษฐกิจปี 2563*. Retrieved on March 20, 2023, <https://www.sme.go.th>.
- อัครเดชเดชา ปานท่าไข่ และชญาภัทร กี่อารโย. (2564). แนวทางการพัฒนาศักยภาพ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารในจังหวัดสมุทรปราการ. *วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา*. 30(106), 150-158.
- อุทัย ปริญาสุทธีรัตน์. (2564). “วิสาหกิจชุมชน” ปฏิทรรศน์ในการแข่งขันทางธุรกิจ. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*. 37(2), 131-150.
- เอกชัย เรืองรัตน์ สุดา สุวรรณภิมย์ และธิปไตย โสติภรณ์. (2567). โมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนในการบริหารคลัสเตอร์สินค้าขนาดเล็กบนความปกติใหม่. *วารสารวิจัยวิชาการ*. 7(2), 98-116.