



Journal of Modern Management Science

Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMMS>



Approved by TCI during 2021-2024

กลยุทธ์การแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง
ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

The Competitive Strategies Affecting The Business Success on Local Fabric
Distributors in Savanakheth Province, LAO PDR

จิตใจ วันนະไซ^{1*} และ เสาวลักษณ์ จิตติมงคล²

Chitchay Vannaxay^{1*} and Saowaluk Jittimongkon²

Article Information

Received: Jan 3, 2022

Revised: Apr 28, 2022

Accepted: Jun 2, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 280 ราย เครื่องมือในการวิจัยคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การแข่งขัน ด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจ และผลการวิเคราะห์ผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขันต่อความสำเร็จของธุรกิจ พบว่า กลยุทธ์การแข่งขัน ด้านการตอบสนองลูกค้าและด้านการสร้างความแตกต่างส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวในทิศทางเดียวกัน ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองควรมุ่งนำองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันได้

คำสำคัญ: กลยุทธ์การแข่งขัน ความสำเร็จของธุรกิจ ธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง

¹ นิสิตระดับปริญญาโท คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Student at Faculty of Administrative, Kalasin University

² อาจารย์สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์

Lecturer in Administration program Faculty of Administrative Science, Kalasin University

Abstract

The objective of this research was to study the competitive strategies affecting the business success on local fabrics distributors in Savannakhet, Lao PDR. The data were gathered from 280 local fabrics business distributors in Savannakhet Province of Lao PDR through the questionnaire. The statistics used for data analysis consisting of multiple correlation analysis, and multiple regression analysis. The results revealed that the competitive strategies in terms of customer responsiveness and differentiation had the positive correlation with the business success. Moreover, the results of the analysis of the impact of the competitive strategies on the business success showed that the customer responsiveness and differentiation affected that the business success of local fabrics business distributors in Savannakhet Province of Lao PDR affected the success of local fabrics business distributors in Savannakhet Province of Lao PDR in the same direction.

Keywords: Competitive Strategies, Business Success, Local Fabric Distributors

บทนำ

เศรษฐกิจในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวมีความเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลมีมาตรการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจโดยการเปิดเสรีทางการค้า ทั้งการประสานนโยบายเศรษฐกิจมหภาค และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยเฉพาะความร่วมมือระหว่างประเทศและระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนมีความเจริญเติบโตและขยายตัวในปี 2563 อยู่ในระดับร้อยละ 3.6 โดยคาดว่าจะในปี 2564 จะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอยู่ในระดับร้อยละ 5 (สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทน์, 2563: ออนไลน์) เพื่อเพิ่มการผลิตและการจำหน่าย ช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศฟื้นตัวได้เร็วขึ้น โดยแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อยู่ติดกับจังหวัดมุกดาหารมีการค้าข้ามชายแดนและการส่งออกเป็นหลัก ในส่วนของภาคการท่องเที่ยว สะหวันนะเขต ถือเป็นศูนย์กลางสำคัญของเส้นทาง EWEC จากการเชื่อมต่อของสะพานมิตรภาพแห่งที่ 2 สะหวันนะเขต – มุกดาหาร และเส้นทาง R9 ซึ่งเป็นเส้นทางสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ยังมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วย แหล่งทรัพยากรทั้ง ท่องเที่ยว วัฒนธรรมธรรมชาติ และประวัติศาสตร์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทน์, 2563: ออนไลน์) จึงมีนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศไทยทางด้านจังหวัดมุกดาหาร ข้ามฝั่งมาที่แขวงสะหวันนะเขต จึงกลายเป็นเส้นทางการค้าที่สำคัญอีกแห่งของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้ประกาศจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษสะหวัน - เซโน ขึ้นเพื่อเป็น การส่งเสริมการลงทุน การจับจ่ายใช้สอยของประชาชนในประเทศส่วนใหญ่จะไปซื้อของในตลาด เช่น ตลาดหลักอุดมชัย ตลาดสามัคคีไซ ตลาดวานนา ตลาดตลาดชะวั้ง ตลาดดาวเรือง และตลาดสะหวันชัยหรือตลาดสิงคโปร์ สินค้าที่จำหน่ายส่วนใหญ่เป็นประเภทเสื้อผ้า ของกินของใช้ในครัวเรือน ทองคำและเครื่องเงิน ตลาดสะหวันชัย เป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในแขวงสะหวันนะเขต รวมถึงร้านขายผ้าพื้นเมืองเป็นผ้าทอ ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ซึ่งวัฒนธรรมของหญิงลาวจะนุ่งผ้าซิ่นหรือผ้าถุงในปัจจุบันถึงแม้จะมีการพัฒนาทางเทคโนโลยีแต่เวลาทำงานบุญต่าง ๆ ก็จะได้เห็นภาพหญิงลาว “นุ่งซิ่น เปี่ยงแพ” เป็นเอกลักษณ์ของหญิงลาวในการแต่งกาย จากวัฒนธรรมและการส่งเสริมการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ทำให้มีการแข่งขันทางธุรกิจผ้าพื้นเมืองมากขึ้น

ปี 2565 การแพร่ระบาดของ COVID – 19 ทำให้รัฐบาลดำเนินมาตรการรัดเข็มขัดทางการคลังเพื่อรักษาระดับเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ มีมาตรการ Lockdown มีการปิดด่านประเพณีและด่านท้องถิ่นเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของ ฌาฮณก – 19 ส่งผลให้การขนส่งสินค้าบางส่วนไม่สามารถทำได้ตามปกติ ค่าบริการขนส่งปรับสูงขึ้นทำให้ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคปรับสูงขึ้นตาม จากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจสังคมและการเมืองในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีการค้าขายข้ามชายแดน ประชาชนในแขวงสะหวันนะเขต มีพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น กล้าลองสินค้าที่เปิดตัวใหม่ ๆ ทำให้สินค้าที่นำเข้าไปจำหน่ายได้รับความนิยมในช่วงแรก เนื่องจากเมื่อมีสินค้าที่ใหม่กว่าเข้าสู่ตลาด ผู้บริโภคก็เปลี่ยนไปทดลองสินค้าที่ใหม่กว่าแทนสินค้าตัวเดิม มีกำลังซื้อไม่สูงมากจึงค่อนข้างอ่อนไหวต่อราคาสินค้าและมีการเลือกซื้อสินค้าโดยคำนึงถึงคุณค่าเป็นหลัก จึงเกิดการแข่งขันทางธุรกิจฝ้าย้อมสีธรรมชาติรุนแรงมากขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ผู้ประกอบการมีโอกาสสร้างกลยุทธ์ทางการแข่งขัน มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป มีการบริหารจัดการและสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยกลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านการตอบสนองลูกค้า (Porter, 1998) กลยุทธ์ดังกล่าว สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองได้อย่างชัดเจน โดยสามารถวัดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ได้แก่ ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customers Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Development) การวัดความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างครอบคลุมและบุคลากรภายในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุข เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง อย่างต่อเนื่องส่งผลให้ธุรกิจได้อย่างยั่งยืน (Kaplan & Norton, 1996)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษากลยุทธ์การแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาแนวทางการประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งเป็นธุรกิจในท้องถิ่นของผู้ประกอบธุรกิจสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ที่เปลี่ยนแปลงไปให้สามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนพร้อมอนุรักษ์อัตลักษณ์ของชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การแข่งขันกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของกลยุทธ์การแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์การแข่งขัน

กลยุทธ์การแข่งขัน เป็นตัวกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและมีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกธุรกิจต้องให้ความสำคัญเพื่อสร้างความได้เปรียบในระยะยาว สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงสุด โดยผลตอบแทนสูงกว่าค่าเฉลี่ยที่กำหนดไว้ โดยธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีการดำเนินธุรกิจภายใต้กฎหมายของสาธารณรัฐ

ประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองมีการดำเนินธุรกิจอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน มีการร่วมมือ เกื้อหนุน เชื่อมโยงและส่งเสริมกิจการซึ่งกันและกัน อย่างครบวงจร เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายร่วมกัน ในการศึกษาครั้งนี้ประยุกต์แนวคิดจาก Porter (1998) ใช้เป็นกรอบแนวคิดกลยุทธ์การแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย

1. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) หมายถึง กลยุทธ์ที่ธุรกิจมุ่งเน้นการมีต้นทุนการผลิตหรือบริการของกิจการต่ำที่สุด พยายามลดต้นทุนในการใช้วัตถุดิบ ใช้อัตราดอกเบี้ยในแหล่งที่ใกล้ บริหารจัดการภายในร้านให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) กล่าวว่า การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุน สามารถสร้างแรงกดดันแก่ผู้ที่เข้ามาใหม่ในอุตสาหกรรมที่ต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูง จนทำให้สูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขันไป แต่ในขณะเดียวกันหากเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีกำลังการจัดการต้นทุนดำเนินการสูงก็จะสามารถลอกเลียนได้ง่าย อาจทำให้องค์กรสูญเสียตำแหน่งผู้นำด้านต้นทุนได้ ก็อาจจะทำให้สูญเสียกำไรได้เช่นกัน นำมาสู่การตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H₁: กลยุทธ์การแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) หมายถึง กลยุทธ์ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรนำเสนอสู่ตลาดที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้เหนือคู่แข่งทางธุรกิจรายอื่น ๆ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากกว่ามูลค่าที่คู่แข่ง พร้อมทั้งมีการพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอ บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ (2559) กล่าวว่า ความแตกต่างที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ จะทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากกว่ามูลค่าที่คู่แข่งนำเสนอ ความแตกต่างจะต้องได้รับการพัฒนาอยู่เสมอ ๆ และที่สำคัญ คือ ความแตกต่างนั้นจะต้องสามารถรับรู้ได้ ความแตกต่างสามารถก่อให้เกิดกำไร เพราะการสร้างแตกต่างก่อให้เกิดคู่แข่งที่สามารถเข้ามาแข่งขัน ได้น้อยกว่าสามารถมีส่วนแบ่งตลาดได้มากกว่ากัน และการเลือกสนามใหญ่หรือสนามเล็กจะเป็นสิ่งที่บอกว่าการกลยุทธ์ที่เลือกต้องทำกิจกรรมอะไรสนับสนุนนำมาสู่การตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H₂: กลยุทธ์การแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

3. การตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว (Customer Response) หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการผลิต ทั้งสินค้าใหม่และปรับปรุงสินค้าเดิมรวมถึงการบริการเพื่อตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา ทันความต้องการ และมีคุณภาพตรงตามที่ลูกค้าต้องการหรือเหนือกว่าที่คาดหวัง กิรติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) กล่าวว่า ด้านการตอบสนองลูกค้า เป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างคล่องตัว ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอสินค้าใหม่ การปรับปรุงสินค้า หรือแม้แต่การตัดสินใจของการบริหารจัดการ การมุ่งตอบสนองที่รวดเร็วเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ ในองค์กรสมัยใหม่เนื่องจากเป็นสิ่งที่ลูกค้าทุกคนมีความต้องการและพึงพอใจต่อการดำเนินงานขององค์กร จึงพบว่าองค์กรที่สามารถตอบสนอง ความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากกว่า นำมาสู่การตั้งสมมติฐาน ดังนี้

H₃: กลยุทธ์การแข่งขันด้านการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ความสำเร็จทางธุรกิจ

ในสภาวะปัจจุบันภาคเอกชน จำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อทำให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันได้ และต้องมีการแสวงหาเครื่องมือด้านการจัดการใหม่ ๆ เข้ามาช่วยการบริหารและพัฒนาองค์กร โดยเครื่องมือด้านการจัดการดังกล่าว คือ Balanced Scorecard ซึ่งเป็นเครื่องมือทางด้านการบริหารจัดการที่ช่วยในการนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติโดยอาศัยแนวคิดของการ

สร้างปัจจัยหลักแห่งความสำเร็จ และตัวบ่งชี้ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการกำกับและติดตามผลการดำเนินงานตามกลยุทธ์ขององค์กร ช่วยทำให้องค์กรเกิดความสอดคล้องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและมุ่งมั่นในสิ่งที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กร โดย Kaplan & Norton (1996) กล่าวว่า วิธีการวัดผลทางการเงินเป็นหลักแต่มองแบบรอบด้าน โดยพิจารณาตัวชี้วัด 4 มุมมอง ประกอบด้วยด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customers Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Perspective) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Development) โดยพิจารณาจาก ความพึงพอใจของลูกค้า ความเชื่อมั่นของลูกค้า จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของยอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้น

ขอบเขตงานวิจัย

1. ด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันและความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ กลยุทธ์การแข่งขัน ประยุกต์แนวคิด ความได้เปรียบการแข่งขันมาจาก Porter (1998) และกิริติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559) ประกอบด้วย

- 1) ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Cost Leadership)
- 2) ด้านการสร้างแตกต่าง (Differentiation)
- 3) ด้านการตอบสนองลูกค้า (Customer Response)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง (Business Success) ประยุกต์แนวคิดการวัดความสำเร็จมาจาก (Kaplan and Norton, 1996)

2. ด้านประชากร ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 300 ราย

3. ด้านพื้นที่ใช้ในการวิจัย แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

4. ระยะเวลาที่ใช้ในการจัดเก็บข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่วันที่ 1 ธันวาคม 2563 ถึง 19 มีนาคม 2564

นิยามศัพท์

กลยุทธ์การแข่งขัน (Competitive Strategy) หมายถึง แนวทาง แบบแผนหรือวิธีการที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อเป็นกระบวนการปฏิบัติที่สร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ ดำรงธุรกิจให้อยู่รอดและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ด้วยกลยุทธ์ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างและการตอบสนองลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

ความสำเร็จของธุรกิจ (Business Success) หมายถึง ผลลัพธ์ในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุตามเป้าหมาย ซึ่งสามารถวัดได้จากความพึงพอใจของลูกค้า ความเชื่อมั่นของลูกค้า จำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของยอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้น

ธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง หมายถึง ธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองที่ดำเนินธุรกิจและจำหน่ายในตลาด แขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศตายุ รมย์เย็น (2562) ได้ศึกษา ความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา พบว่า ความสามารถทางด้านราคาไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

วัณวิริญจ์ แจ้งพลอย (2559) ได้ศึกษา กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ทำให้สามารถสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า สามารถดำเนินธุรกิจให้คงอยู่อย่างมั่นคง และยาวนาน สร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจก้าวไปสู่ความสำเร็จ

ปฏิพัทธ์ เพชรศิริและคณะ (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านกลยุทธ์ต้นทุน (Cost Leadership) ได้แก่ การควบคุมต้นทุนและรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงาน การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ สร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน

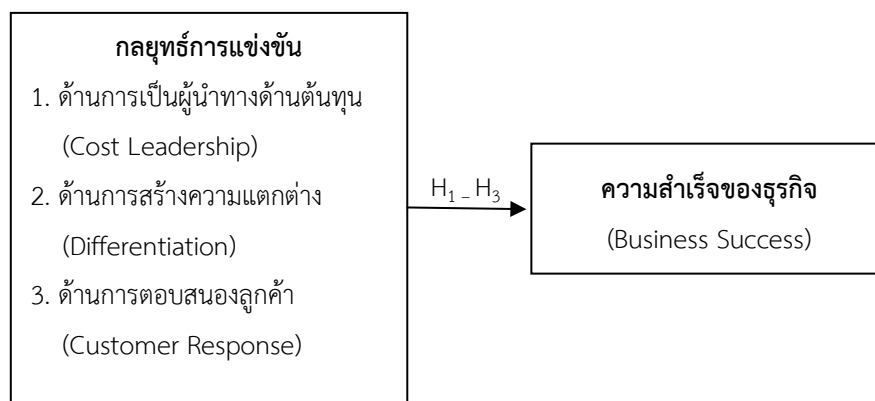
สุวิทย์ อินเขียน (2559) ได้ศึกษา กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า กลยุทธ์สร้างความแตกต่างมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ ในทิศทางเดียวกัน

เพียรพา เลี่ยมสุวรรณค์ (2560) ได้ศึกษา กลยุทธ์การประกอบการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท อาร์แอนดีดี พรีเมชั่น จำกัด พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเน้นการบริการที่รวดเร็วโดยการส่งมอบงานที่เร็วกว่ากำหนดเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและเพิ่มช่องทางการผลิตให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อการผลิตให้ได้มากขึ้นซึ่งมีผลทำให้ลูกค้า มีการสั่งซื้อเพิ่มโดยไม่แบ่งงานหรือซื้องานกับคู่แข่ง และการตอบสนองต่อลูกค้า

วรายุ ศิรินนท์ (2563) ได้ศึกษา การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า การตอบสนองลูกค้าเพื่อสร้างส่วนแบ่งทางการค้าและสามารถสร้างผลกำไรจากลูกค้าได้มากขึ้น จากการที่กิจการสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้นั้นจะสร้างรายได้เปรียบทางการตลาดรวมถึงการสร้างการแข่งขันที่แข็งแกร่ง ต่อคู่แข่งที่จะเข้ามาในตลาด

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่ากลยุทธ์การแข่งขันซึ่งมีแนวโน้มและความไปได้ที่จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน จึงนำมาสู่กรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดกลยุทธ์การแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจ



สมมติฐานการวิจัย

H₁: กลยุทธ์การแข่งขันด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

H₂: กลยุทธ์การแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

H₃: กลยุทธ์การแข่งขันด้านการตอบสนองลูกค้า มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่าย ผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 750 ราย (กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าแขวงสะหวันนะเขต, 2563)

2) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 261 ราย (กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้าแขวงสะหวันนะเขต, 2563) โดยเปิดตารางของ Krejcie & Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) และในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของข้อมูล การคำนวณสถิติมีความถูกต้องมากขึ้น และเพื่อลดปัญหาข้อผิดพลาดในการให้ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งอาจกระทบต่อความคลาดเคลื่อนในการตอบกลับของแบบสอบถาม ผู้วิจัยทำการส่งแบบสอบถามจำนวน 300 ฉบับ และมีผู้ตอบแบบสอบถามกลับมาจำนวนทั้งสิ้น 300 ฉบับ เป็นแบบสอบถามถูกต้องและสมบูรณ์ จำนวน 280 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 93.33 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับ Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001) ได้เสนอว่าการส่งแบบสอบถาม ต้องมีอัตราการตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้ว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพียงพอที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ลักษณะแบบสอบถามเป็นตัวเลือก (Check List) จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ลักษณะแบบสอบถามเป็นตัวเลือก (Check List) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย ประเภทสถานประกอบการ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ และรายได้ของกิจการต่อเดือน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) รวม 21 ข้อ โดยครอบคลุมกลยุทธ์การแข่งขันทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน จำนวน 7 ข้อ ด้านการสร้างความแตกต่าง จำนวน 7 ข้อ และด้านการตอบสนองลูกค้า จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ครอบคลุมความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง จำนวน 6 ข้อ

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้สถิติเพื่อวิเคราะห์เชิงปริมาณ คือ วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาในข้อคำถามตามวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence หรือ Index of Item Congruence) หรือ IOC ซึ่งค่าที่ได้จะต้องมากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ถ้าต่ำกว่าจะต้องปรับปรุงแบบสอบถามนั้น (สมบุญ สิริวงค์ และคณะ, 2552) แบบสอบถามมีค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ โดยงานวิจัยมีค่า IOC ระหว่าง 0.67-1 มีค่ามากกว่า 0.5 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้ต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2553) โดยงานวิจัยมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.78 - 0.91 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 และค่าความเที่ยงตรง (Validity) จำแนกเป็นรายข้อโดยค่า Factor Loading ต้องมีค่า 0.40 ขึ้นไปจึงจะผ่านเกณฑ์ (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2553) โดยงานวิจัยมีค่าความเที่ยงตรงของการวัดอยู่ระหว่าง 0.67 - 0.92 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.40

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการทดสอบคุณลักษณะของตัวแปร ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity Test) โดยหาค่า Variance Inflation Factor (VIFs) และสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$SUCC = \alpha + \beta_1 COST + \beta_2 DIFF + \beta_3 RESP$$

เมื่อ α แทน ค่าคงที่

β แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

COST แทน กลยุทธ์การแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน

DIFF แทน กลยุทธ์การแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง

RESP แทน กลยุทธ์การแข่งขันด้านการตอบสนองลูกค้า

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีกิจการเป็นเจ้าของคนเดียว พนักงานขายมากกว่า 2 คน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจอยู่ระหว่าง 16 – 20 ปี และรายได้ของกิจการต่อเดือนสูงกว่า 50,000 บาท

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กลุ่ทการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจจำหน่าย ผ้าพื้นเมือง ในแขวง
สะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตัวแปร	COST	DIFF	RESP	SUCC	VIFs
$\bar{X}$	4.44	4.46	4.49	4.51	
S.D.	0.25	0.30	0.29	0.35	
COST	-	0.276**	0.454**	0.267**	1.263
DIFF		-	0.516**	0.381**	1.368
RESP			-	0.416**	1.590

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรืออาจเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้น ผู้ศึกษา จึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIFs) ปรากฏค่า VIFs ของตัวแปรอิสระ กลุ่ทการ แข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้าง ความแตกต่าง ด้านการตอบสนองลูกค้า มีค่าอยู่ระหว่าง 1.263 – 1.590 ซึ่งมีค่าที่ได้ต้องมีค่าไม่เกิน 10 (Hair et al, 2010) แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Black, 2006) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคือ กลุ่ท การแข่งขัน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.267 - 0.416 มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ด้านการตอบสนองลูกค้า ($r = 0.416$) การแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ($r = 0.381$)

ตาราง 2 การทดสอบการถดถอยของกลุ่ทการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

กลุ่ทการแข่งขัน	ขีดความสามารถในการแข่งขัน (COM)			t	p-value
	สัมประสิทธิ์	ค่าความ	สัมประสิทธิ์การ		
	การถดถอยไม่	คลาดเคลื่อน	ถดถอยแบบปรับ		
	ปรับมาตรฐาน	มาตรฐาน	มาตรฐาน		
	(B)	(S.E.)	(Beta)		
ค่าคงที่ (CONSTANT)	1.423	0.389		3.662	0.000**
1. ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (COST)	0.120	0.083	0.086	1.444	0.150
2. ด้านการสร้าง ความแตกต่าง (DIFF)	0.258	0.072	0.222	3.568	0.000**
3. ด้านการตอบสนองลูกค้า (RESP)	0.312	0.080	0.262	3.901	0.000**
F = 25.476		P = 0.000	Adjusted R ² = 0.208		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่ทการแข่งขันมีความสามารถในการอธิบายผลของความสำเร็จในการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ร้อยละ 20.80 (Adjusted R² = 0.208) กลุ่ทการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ H_1 และกลยุทธ์การแข่งขันที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 2 ตัวแปร และสอดคล้องกับสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้เรียงจากตัวแปรที่มีผลต่อการผันแปรในตัวแปรตาม ในรูปของคะแนนดิบมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้

- 1) ด้านการตอบสนองลูกค้า (RESP) ($\beta = 0.312$)
 - 2) ด้านการสร้างความแตกต่าง (DIFF) ($\beta = 0.258$)
- สอดคล้องกับสมมติฐาน ที่ H_2 และ H_3

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การแข่งขันที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. กลยุทธ์การแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (COST) มีความสัมพันธ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจเนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการวางแผนการใช้ทรัพยากรในร้าน อาทิเช่น พนักงาน หรือ อุปกรณ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการลดต้นทุนในกระบวนการผลิต และการบริหารจัดการภายในร้านเพื่อให้มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งเช่น ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ โดยไม่เกิดความสูญเสีย สิ้นเปลืองและลดความเสี่ยงของการนำสินค้ากลับมาเปลี่ยนหรือทำใหม่ไม่มีการเจรจาต่อรองกับผู้ทอผ้าโดยอาศัยอำนาจการต่อรองจากปริมาณคำสั่งซื้อจำนวนมาก ไม่เพิ่มช่องทางการจำหน่ายทาง Facebook, Line, Instagram และงานจัดแสดงสินค้าตามงานต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขายและเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของศตายุ รัมเย็น (2562) ได้ศึกษาความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถในการตลาดที่ส่งผลต่อผลดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา พบว่า ความสามารถทางด้านราคาไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ ชัดแย้งกับงานวิจัยของวัณวิริญจน์แจ้งพลอย (2559) ได้ศึกษา กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านค้าแพคเกจของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี พบว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ ทำให้สามารถสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า สามารถดำเนินธุรกิจให้คงอยู่อย่างมั่นคงและยาวนาน สร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจก้าวไปสู่ความสำเร็จและชัดเจนกับงานวิจัยของปฏิพัทธ์ เพชรศิริและคณะ (2560) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านกลยุทธ์ต้นทุน (Cost Leadership) ได้แก่ การควบคุมต้นทุนและรักษาระดับต้นทุนในการดำเนินงาน การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับธุรกิจ สร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน จึง**ปฏิเสธสมมติฐานที่ H_1**

2. กลยุทธ์การแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง (DIFF) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจ (SUCC) ($\beta = 0.258, p = 0.05$) เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ลวดลาย คุณภาพ การทอ และการย้อมสี เพื่อสร้างความประทับใจของลูกค้า การพัฒนาลวดลายของผ้าพื้นเมืองที่สร้างการจดจำ และตรงความต้องการของลูกค้า การคัดสรรผ้าพื้นเมืองที่มีอัตลักษณ์ คุณภาพและมาตรฐานจากแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียงมาจำหน่าย การจำหน่ายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างช่องทางและอำนวยความสะดวกรวดเร็ว ในการให้บริการลูกค้า การสร้างเรื่องราวหรือกระบวนการผลิตผ้าพื้นเมืองทุกขั้นตอนโดย Hand Made เป็นการสร้าง

คุณค่าและมูลค่าเพิ่ม การบริการหลังการขายและการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าเพื่อสร้างความแตกต่างและความประทับใจ ในการซื้อสินค้าและการให้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิทย์ อินเขียน (2559) ได้ศึกษา กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า กลยุทธ์สร้างความแตกต่างมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ ในทิศทางเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของเพียรพา เลี่ยมสุวรรณ (2560) ได้ศึกษา กลยุทธ์การประกอบการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัท อาร์แอนด์ดี พีริซัน จำกัด พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเน้นการบริการที่รวดเร็วโดยการส่งมอบงานที่เร็วกว่ากำหนดเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและเพิ่มช่องทางการผลิตให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองต่อการผลิตให้ได้มากขึ้นซึ่งมีผลทำให้ลูกค้า มีการสั่งซื้อเพิ่มโดยไม่แบ่งงานหรือซื้องานกับคู่แข่ง และ การตอบสนองต่อลูกค้า จึงยอมรับสมมติฐานที่ H₂

3. ด้านการตอบสนองลูกค้า (RESP) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจ (SUCC) ($\beta = 0.312, p = 0.05$) เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ให้ความสำคัญกับการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็วตรงตามเวลาที่นัดหมายและเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อความเร็วในการให้บริการลูกค้า พัฒนาและผลิตภัณฑ์แบบใหม่ๆ ให้ทันต่อกระแสความต้องการของลูกค้า และมีความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สามารถเข้าถึงได้ง่าย มีการชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถตอบสนองลูกค้าทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และมีพนักงานขายให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราญ ศิรินนท์ (2563) ได้ศึกษา การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า การตอบสนองลูกค้าเพื่อสร้างส่วนแบ่งทางการค้าและสามารถสร้างผลกำไรจากลูกค้าได้มากขึ้น จากการที่กิจการสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้นั้นจะสร้างรายได้เปรียบทางการตลาดรวมถึงการสร้างความแข็งแกร่งต่อคู่แข่งที่เข้ามาในตลาดอีกด้วยจึงยอมรับสมมติฐานที่ H₃

จากผลลัพธ์ของการวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันด้านการตอบสนองลูกค้า ด้านการสร้างความแตกต่าง มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กลยุทธ์การแข่งขันช่วยให้ผู้ประกอบการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าใหม่ และลูกค้าเก่า สามารถรักษาลูกค้าเก่าให้กลับมาซื้อซ้ำได้มีกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การนำไปใช้ประโยชน์

การวิจัยครั้งนี้ได้พิสูจน์ให้เห็นว่ากลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นไปตามงานวิจัย มีคุณประโยชน์ สรุปได้ดังนี้

ประโยชน์เชิงทฤษฎี

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยได้ประยุกต์กลยุทธ์การแข่งขันของ Porter (1998) เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าพื้นเมืองและความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ได้

ประยุกต์แนวคิดจาก Kaplan and Norton (1996) เพื่อเป็นกลไกในการสนับสนุนให้ระบบเศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นกลไกสำคัญของระบบเศรษฐกิจในการสร้างผลผลิตให้กับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ให้มีการรองรับการจ้างงานอันนำไปสู่การกระจายรายได้ ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำเอาความรู้ที่ได้จากการศึกษามาสร้างวัตถุประสงค์ในการวิจัยและขอบเขตในการวิจัยเพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ครบถ้วน รอบด้านทุกประเด็น

ดังนั้น งานวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นข้อมูลในการพัฒนาแนวทางการประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งเป็นธุรกิจในท้องถิ่นของผู้วิจัย และผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการบริหารธุรกิจ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ที่เปลี่ยนแปลงไปให้สามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน พร้อมอนุรักษ์อัตลักษณ์ของชุมชนต่อไป

ประโยชน์เชิงบริหารจัดการ

1. กลยุทธ์การแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในการบริหารจัดการภายใน เพราะถือเป็นกลยุทธ์ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรนำเสนอสู่ตลาดที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้เหนือคู่แข่งทางธุรกิจรายอื่น ๆ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากกว่ามูลค่าที่คู่แข่ง พร้อมทั้งมีการพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอ
2. กลยุทธ์การแข่งขันด้านการตอบสนองลูกค้าในการบริหารจัดการภายใน เพราะถือเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการผลิตสินค้าใหม่และปรับปรุงสินค้าเดิมรวมถึงการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา ทันความต้องการ และมีคุณภาพตรงตามที่ลูกค้าต้องการหรือเหนือกว่าที่คาดหวัง

สรุป

การวิจัยนี้ เป็นการทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างกลยุทธ์การแข่งขันกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นการศึกษากลยุทธ์การแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่างและด้านการตอบสนองลูกค้า ว่าในแต่ละด้านจะมีความสัมพันธ์และผลกระทบกับความสำเร็จของธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอย่างไร โดยการส่งแบบสอบถามจำนวน 300 ฉบับ ไปยังผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และได้รับแบบสอบถามกลับจำนวน 280 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 93.33 ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต มีความคิดเห็นโดยรวมเกี่ยวกับกลยุทธ์การแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมาก กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างและด้านการตอบสนองลูกค้ามีความสัมพันธ์กันความสำเร็จทางธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนไม่มีผลกระทบกับความสำเร็จทางธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อย่างไรก็ตามในปัจจุบันศักยภาพของผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ต้องนำองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการขาย ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จในการดำเนินงานสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ต้องมีศักยภาพทางการตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการองค์กรด้วย

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ผลจากการวิจัยครั้งนี้มีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต ในการวิจัยกลยุทธ์การแข่งขันครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองจะต้องให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่างในการบริหารจัดการภายใน เพราะถือเป็นกลยุทธ์ที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่องค์กรนำเสนอสู่ตลาดที่มีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้เหนือคู่แข่งทางธุรกิจรายอื่น ๆ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากกว่ามูลค่าที่คู่แข่ง พร้อมทั้งมีการพัฒนาสินค้าและบริการอยู่เสมอ

2. ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมืองจะต้องให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์การแข่งขันด้านการตอบสนองลูกค้าในการบริหารจัดการภายใน เพราะถือเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในการผลิตสินค้าใหม่และปรับปรุงสินค้าเดิมรวมถึงการบริหาร เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลา ทันความต้องการ และมีคุณภาพตรงตามที่ลูกค้าต้องการหรือเหนือกว่าที่คาดหวัง ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงต้นทุนและผลตอบแทนเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจจำหน่ายผ้าพื้นเมือง ในแขวงสะหวันนะเขต สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

2. ควรศึกษาผลกระทบหรือปัจจัยอื่นที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ เช่น การตลาดออนไลน์ เนื่องจากผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผ้าพื้นเมืองได้ตลอดเวลา

รายการอ้างอิง

- กระทรวงอุตสาหกรรมและการค้า สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. (2563). รายงานจำนวนผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าพื้นเมืองในแขวงสะหวันนะเขตเดือนตุลาคม 2020. 1 - 40.
- กิตติพงษ์ ปัญญาเรือง. (2559). กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญเกียรติ ชีวะตระกูลกิจ. (2559). การจัดการเชิงยุทธศาสตร์สำหรับ CEO (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ : พี.เพรส.
- บุญใจ ศรีสถิตยนาถ. (2553). ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์. กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไออินเตอร์มีเดีย จำกัด.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปฏิพัทธ์ เพชรศิริ สิริวัฒน์ สุขศรีสวัสดิ์ ศรินทิพย์ เหลืองสุดใจชื่น ศิลป์ชัย เกษมเทวินทร์และสวธรรยา รักอาชีพ. (2560). รูปแบบและกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโบ้แบ๋ กรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(2), 517 – 530.
- เพียรพา เลี่ยมสุวรรณ. (2560). กลยุทธ์การประกอบการและความสามารถในการแข่งขันของบริษัทอาร์แอนด์ดีพีริชชั่น จำกัด. (วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม). ฉะเชิงเทรา: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.
- วรายุ ศรีรินทร์. (2563). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *วารสารชุมชน*, 14(1), 242-252.
- วัณวิริญญ์ แจ้งพลอย. (2559). กลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจร้านกาแฟของผู้ประกอบการรายย่อย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 9(3), 1331 - 1349.

- ศตายุ รมเย็น. (2562). *ความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถในการตลาดที่ส่งผลต่อผลดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา*. (วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สถานเอกอัครราชทูต ณ เวียงจันทร์. (2563). *การแพร่ระบาดของ COVID – 19 ส่งผลกระทบเศรษฐกิจในวงกว้าง*. สืบค้น 19 มีนาคม 2563, จาก http://www.aseanthai.net/ewt_news.php
- สมบูรณ์ สุริยวงศ์, บุญมี พันธุ์ไทย, เตือนใจ เกตุษา, สุรศักดิ์ อรรถนาคศักดิ์, สมจิตรา เรืองศรี และเพ็ญศรี เศรษฐวงศ์. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัยทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ สำนักงานข้อมูลข่าวสารของข้าราชการ.
- สุวิทย์ อินเขียน. (2559). *กลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจผลิตชิ้นส่วนเครื่องจักรในจังหวัดสมุทรปราการ*. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิศวกรรมธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing research*. New York: John Wiley & Son.
- Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making* (4th ed). USA: John Wiley & Son.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (1996). *The Balanced Scorecard - Translating Strategy into Action*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Kaplan, R., S. & Norton, D., P. (1996). Strategic learning & the balanced scorecard. *Strategy & Leadership*, 24(5), 18-24.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitions*. New York: Free Press.