

คุณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนิน
ธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี
Characteristics and strategies of entrepreneurs affecting success of
construction company business during the COVID-19 crisis in Pathum
Thani Province

ธนพัฒน์ วีริต

Tanapat Virit

คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Faculty of Business Administration and Public Administration, Western University, Thailand

E-mail: pao7000@gmail.com

Received October 30, 2021; Revised November 29, 2021; Accepted June 6, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)สำรวจคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ และความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 2) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 และ 3) ศึกษากลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในเขตจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คือ ด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการสร้างนวัตกรรมส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 สำหรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ คือ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมี

นัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะเป็นแนวทางสำหรับธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงคุณลักษณะและกลยุทธ์ผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจต่อไป

คำสำคัญ: คุณลักษณะของผู้ประกอบการ; กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ; ความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19

Abstract

The objectives of this research were: 1) to explore characteristics, strategies, and success of entrepreneurs of construction company business during the COVID-19 pandemic situation; 2) to study characteristics of entrepreneurs that had a direct influence on the success of construction company business during the COVID-19 pandemic situation; and 3) to study strategies influencing the success of construction company business in Pathum Thani province. The sample group used in this research was 400 entrepreneurs of a construction company in Pathum Thani province using probability sampling. Data was collected using questionnaires. The statistics used in the data analysis were percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis to test the hypothesis.

The results showed that the characteristics and business strategies of entrepreneurs affecting the success of a construction company business during the COVID-19 crisis were significantly different at 0.05 levels. The entrepreneurial characteristics, i.e., need for success, management, and innovation influenced the success of a construction company business during the COVID-19 crisis. The business strategies of differentiation, low cost, and customer relationship-building had a significant consolidation effect on the success of construction companies during the COVID-19 crisis at 0.01 level. The results of this study could be used as a guideline for the development and improvement of entrepreneurial characteristics and strategies during the COVID-19 crisis, leading to further competitive advantages.

Keywords: Characteristics of Entrepreneurs; Business Strategies; Success of Construction Company Business During COVID-19 Pandemic

บทนำ

การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่ปลายปี 2019 แต่เริ่มมี ผลที่เห็นชัดในหลาย ๆ ประเทศเมื่อต้นปี 2020 และได้เพิ่มระดับความรุนแรงและขยายการระบาดใน วงกว้างระหว่างประเทศ จนองค์การอนามัยโลกได้ประกาศให้การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) เป็นภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern) และเป็นการแพร่ระบาดใหญ่ระดับโลก (Pandemic) ซึ่งมีจำนวนผู้ป่วย และผู้เสียชีวิตเพิ่มจำนวนอย่างรวดเร็ว (กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข, 2563) สำหรับในประเทศไทยมีการพบยอดผู้ติดเชื้อสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และขยายการแพร่ระบาดไปเกือบทั่วทุกจังหวัดในช่วงเดือนมีนาคม 2563 ที่ผ่านมามีทำให้รัฐบาลได้กำหนดนโยบายด้านสาธารณสุขเพื่อรับมือการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 โดยรัฐบาลประกาศใช้พระราชกำหนดฉุกเฉินทั่วประเทศเมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2564 มีการห้ามการเดินทางและบังคับใช้เคอร์ฟิวรวมถึงการปิด ห้างสรรพสินค้า สถานที่สาธารณะ สถานที่ประกอบกิจการที่มีความเสี่ยงสูงต่อการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโควิด-19 (กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข, 2563) มาตรการดังกล่าวส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อประชาชนในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ ความมั่นคงในชีวิต และประเด็นปัญหาอื่น ๆ โดยศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) ได้แบ่งเขตพื้นที่เพื่อเฝ้าระวังออกเป็น 5 เขตพื้นที่ตามระดับความรุนแรงของการแพร่ระบาด ได้แก่ พื้นที่ควบคุมสูงสุด (สีแดงเข้ม) พื้นที่ควบคุมสูง (สีแดง) พื้นที่ควบคุม (สีส้ม) พื้นที่เฝ้าระวังสูง (สีเหลือง) และพื้นที่เฝ้าระวัง (สีเขียว) (กระทรวงสาธารณสุข, 2564) ดังนั้นภายใต้รัฐบาลการนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และการกำกับดูแลของพลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี มีนโยบายให้ทุกภาคส่วนและทุกระดับของสังคม ได้ใช้ความรู้ความสามารถมาทำงานร่วมกันเพื่อก้าวผ่านพ้นวิกฤติจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคระบาดโควิด-19 นี้ไปได้ตามแนวทาง “รวมไทยสร้างชาติ” โดยจะจัดตั้งศูนย์อำนวยการแรงงานแห่งชาติ (ศอร.) เพื่อขับเคลื่อนการแก้ปัญหาคนว่างงานเชิงรุก บริหารจัดการแรงงานทั้งระบบและครอบคลุมทุกมิติ โดยได้กำหนดนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินที่ยึดการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) มีเป้าหมาย “มุ่งมั่นให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ในศตวรรษที่ 21” เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวไปข้างหน้าด้วยความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และสังคมไทย มีความสุข มีความปรองดอง สามัคคี และมีความเอื้ออาทร คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดำเนินการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยได้กำหนดเป้าหมายชัดเจน ที่จะพัฒนาประเทศไทยให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง มุ่งหมายให้คนไทยในทุกช่วงวัยเป็นกำลังคุณภาพที่จะผลักดันประเทศไทยให้เติบโตอย่างยั่งยืน และก้าวผ่านวิกฤติจากการแพร่ระบาดโรคระบาดโควิด-19 (สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้มีการล็อกดาวน์เกิดขึ้นในหลาย ๆ ประเทศ ส่งผลให้กิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ ต้องหยุดชะงักลง รวมถึงส่งผลกระทบต่อโครงการก่อสร้างต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโครงการที่เกิดขึ้นก่อนวิกฤติ หรือโครงการในอนาคตที่ถูกวางแผนไว้แล้ว จากผลกระทบ

ของวิกฤตโควิด-19 ต่ออุตสาหกรรมรับเหมาก่อสร้างในครั้งนี้บริษัทที่ได้รับผลกระทบหนักสุดคือบริษัทขนาดกลางและเล็กที่ไปรับเหมาช่วงต่อมาอีกที ซึ่งอาจส่งผลให้บริษัทเหล่านี้ขาดสภาพคล่องอย่างรุนแรงและทำให้ต้องปิดกิจการลงไปในที่สุด ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อไปยังโครงการที่กำลังดำเนินการก่อสร้างอยู่ทำให้เกิดความล่าช้าในการก่อสร้าง โครงการต้องแบกรับต้นทุนทั้งด้านค่าแรง ดอกเบี้ยเงินกู้ และขาดความสามารถที่จะชำระหนี้ในที่สุด ซึ่งโดยส่วนมากแล้วบริษัทรับเหมาก่อสร้างมักจะมีโครงสร้างของเงินทุนที่มาจากการกู้เงินเป็นส่วนใหญ่ (จารุพร ชันธนนท์ และวสุธิดา นุริตมนต์, 2562)

บริษัทธุรกิจก่อสร้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริษัทขนาดกลางและเล็กในกลุ่มนี้ ควรวางแผนเพื่อรองรับผลกระทบและปัญหาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยปัญหาหลักที่จะพบ คือการยกเลิกหรือยืดระยะเวลาในการก่อสร้างออกไป เพราะการซื้อขายในตลาดอสังหาริมทรัพย์จะมีแนวโน้มลดลงทั้งในช่วงและหลังวิกฤตโควิด-19 บริษัทควรเตรียมเงินสด เพื่อรักษาสภาพคล่องภายในบริษัทและรักษาการเป็นลูกหนี้ชั้นดี ถ้ากลุ่มธุรกิจก่อสร้างนี้ไม่ได้รับการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐ อาจจะทำให้เกิดผลกระทบอย่างรุนแรงเปรียบเสมือนลูกคลื่นระลอกใหญ่ที่ซัดให้เศรษฐกิจของประเทศไทยต้องตกอยู่ในที่นั่งลำบากอีกครั้ง ซึ่งมีแนวโน้มที่อาจจะหนักกว่าทุก ๆ วิกฤตเศรษฐกิจที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ดังแนวคิดของลามาร์ค ที่กล่าวไว้ว่า “การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมมีผลให้สิ่งมีชีวิตต้องเปลี่ยนแปลงตัวเอง เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้และสิ่งมีชีวิต มีพลังชีวิต (Vital force) ภายในเป็นแรงผลักดันให้เปลี่ยนแปลงตัวเองอยู่ตลอดเวลา” ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดบริษัทที่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์จำเป็นต้องปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปความสำเร็จของธุรกิจจึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้องค์กรธุรกิจอยู่รอดความสำเร็จของธุรกิจ คือผลประโยชน์ที่ทำให้ธุรกิจบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของกิจการทั้งในรูปตัวเงินและในรูปที่ไม่เป็นตัวเงิน ทุกองค์กรจึงมุ่งหวังกำไรที่องค์กรจะได้รับมากที่สุด และองค์กรสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มุ่งสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด Pletnev & Barkhatov (2016) กล่าวว่า ปัจจัยของความสำเร็จของธุรกิจที่สำคัญมี 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) จำนวนลูกค้า 2) ยอดขาย และ 3) กำไร ส่วน Berger-Walliser และคณะ (2011) กล่าวว่า จำนวนลูกค้า ยอดขาย และกำไรเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันของการประกอบธุรกิจ และมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจที่จะทำให้กิจการหรือธุรกิจอยู่รอดได้ (Chittithaworn et al., 2011) ปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จมีหลายปัจจัย เช่น คุณลักษณะของผู้ประกอบการต้องมีความรู้ ความสามารถในการประกอบธุรกิจมีกลยุทธ์ในการจะแย่งส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งซึ่งผู้บริหารต้องรู้ว่าปัจจุบันธุรกิจของตนเองอยู่ ณ จุดใด และในอนาคตต้องการให้ไปสู่จุดใดจากนั้นจึงหาไปให้ถึงเป้าหมายตามที่วางไว้ Frese et al. (2000) ได้กล่าวว่า ลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย 7 ลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) การยอมรับความเสี่ยง 3) ความมั่นใจในตนเอง 4) ความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ 5) ความอดทน 6) เงินลงทุน และ 7) ความคิดเชิงนวัตกรรม ซึ่งผู้ประกอบการถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้กำหนดทิศทาง

วิสัยทัศน์ นโยบาย และกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับธุรกิจที่ตนดำเนินอยู่เพื่อผลักดันให้ธุรกิจสามารถผลิตสินค้าหรือบริการได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค (กฤตวรรณ พริ้งสกุล, 2558)

การประกอบธุรกิจก่อสร้างให้ประสบความสำเร็จผู้ประกอบการจะต้องศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจหลายด้านและจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเนื่องจากความสำเร็จของธุรกิจส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมโดยเฉพาะการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลาการปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมผู้ประกอบการจะต้องติดตามและทำความเข้าใจเพื่อที่จะได้ประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจปัจจัยภายในองค์การที่จะนำพาองค์การให้ไปสู่ความสำเร็จได้นั้นมีหลายตามแนวคิดของ Owens (2001) (อ้างถึงในสุริรัตน์ ชดช้อย, 2560) ซึ่งได้กล่าวว่าในองค์การใดองค์การหนึ่งนั้นจะประกอบด้วยปัจจัย 4 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านคน ปัจจัยด้านภาระงาน ปัจจัยด้านโครงสร้างและปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยภายนอกองค์การหรือปัจจัยสภาพแวดล้อมองค์การที่ส่งผลกระทบต่อองค์การโดยมีสภาพแวดล้อมภายนอกโดยทั่วไป โดยมีตัวแบบในการพิจารณา คือ PEST Analysis ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยด้านการเมือง ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยด้านเทคโนโลยี (อิตรรัตน์ พิมพ์ภรณ์, 2561) และคุณภาพการบริการมีความสำคัญและมีบทบาทเป็นอย่างมากสำหรับธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง พบว่าอุตสาหกรรมบริการมีแนวโน้มที่จะมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง สาเหตุสำคัญมาจากความเป็นอยู่ตลอดจนมาตรฐานการครองชีพของประชาชนที่ดีขึ้นประชาชนได้รับการศึกษาและมีรายได้สูงขึ้นจึงส่งผลให้เกิดความต้องการการบริการในรูปแบบต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิตคุณภาพบริการจึงต้องมีความหลาย หลาย และมีบทบาทในสังคมมากยิ่งขึ้นกว่าในอดีต จากกระแสความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลให้การบริการเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในฐานะของผู้รับบริการอีกทั้งยังก่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจ และสังคมต่อระบบการประกอบธุรกิจความสำคัญของคุณภาพการบริการเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและมีการเติบโตอย่างยั่งยืน การวัดคุณภาพการบริการ ทางการตลาดจึงเป็นสิ่งทำหายของนักการตลาดทุกยุคสมัยได้มีการคิดค้นเครื่องมือต่างๆ (Seth, Deshmukh & Vrat, 2005) คุณภาพการบริการ เป็นเรื่องที่มีความสำคัญทั้งในภาครัฐและเอกชนให้ความสนใจกับคุณภาพการบริการจากมุมมองของลูกค้าเป็นที่ยอมรับว่าในองค์กรมีการพัฒนามากที่สุด (Fache, 2000; Nadiri and Hussain, 2005; Oh and Parks, 1997) ปัจจัยสำคัญของความสำเร็จของธุรกิจ แนวโน้มของการจัดการคุณภาพมีผลต่อการส่งเสริมธุรกิจและมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจของประเทศ คุณภาพการบริการมีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ดังนั้นความสำเร็จของธุรกิจขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการ

ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น เป็นประเด็นที่ทำให้ผู้วิจัย สนใจที่จะศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี” เพื่อเป็นการศึกษารองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีปัจจัยภายนอกมากระทบในช่วงภาวะวิกฤตนี้ องค์กรจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่ต้องเตรียมความ

พร้อมในการบริหารจัดการอย่างครบวงจรหรือมีการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารงานคุณภาพทั่วทั้งองค์กร มาใช้ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมการทำความเข้าใจจุดเริ่มต้นของคุณภาพการบริการและพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันจึงทำให้โอกาสที่จะกลับมาใช้บริการที่เดิมลดน้อยลง อาจทำให้ต้นทุนภายในองค์กรและผลกำไรของยอดขายรายการทองเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จมีความไม่สมดุลกันทำให้เกิดผลกระทบต่อการดำเนินงานของบริษัทกับคู่แข่งการตลาดที่เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งเป็นแนวทางในการปรับปรุงเพื่อให้เป็นบริษัทที่อยู่ในใจของผู้บริโภค เพื่อประโยชน์ต่อภาพรวมและแนวโน้มที่ดีในของธุรกิจรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดโรคโควิด – 19 จะทำให้นักการตลาดเลือกใช้แหล่งข้อมูลเพื่อการสื่อสารกับผู้บริโภคให้ตรงเป้าหมายยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

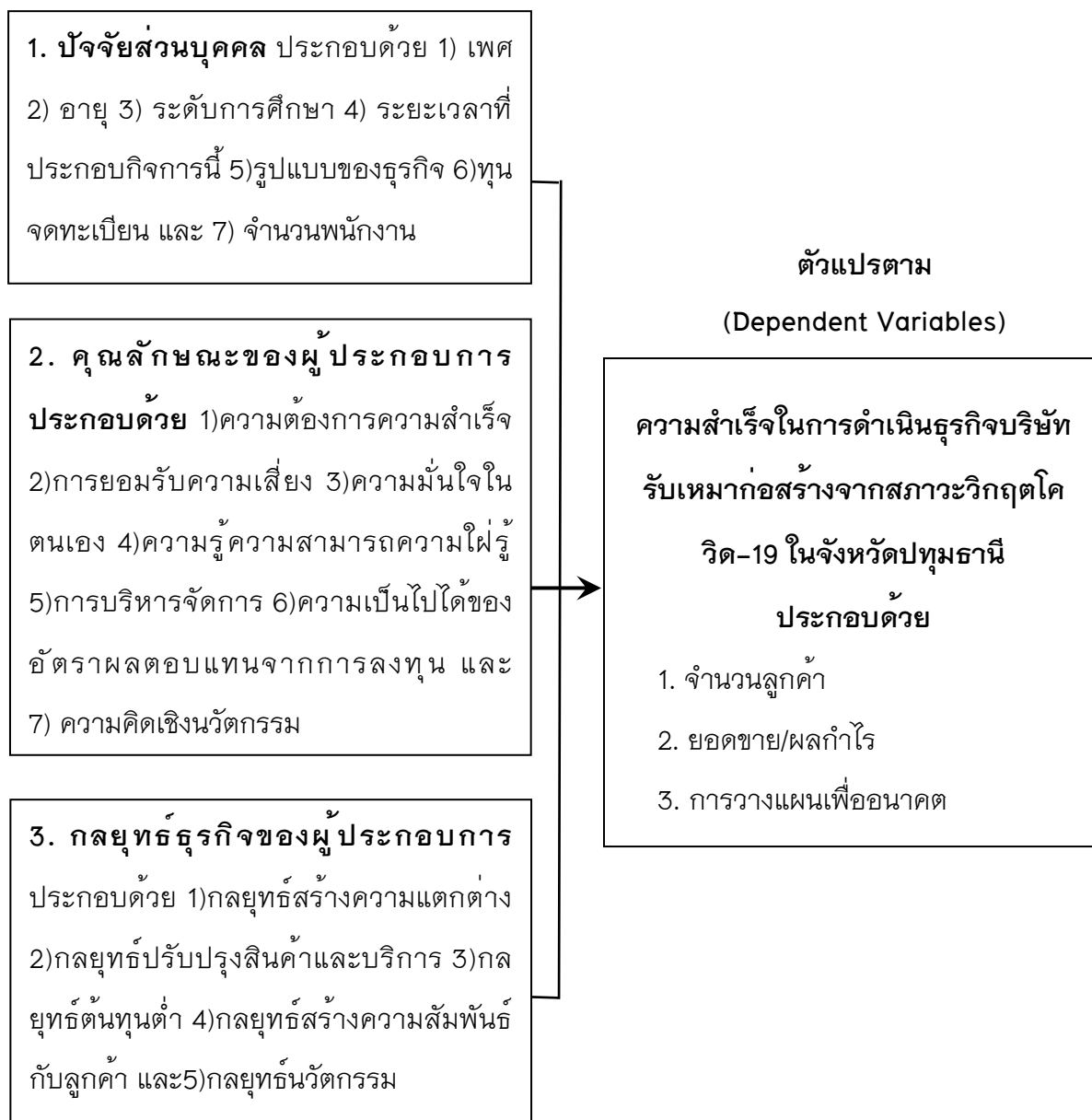
1. สำนัวจุดคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ และความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี
2. ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี
3. ศึกษากลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในสภาวะวิกฤติโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยการรวบรวมแนวคิด และทฤษฎี พร้อมทั้งทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สืบเคราะห์ตามกรอบแนวคิดการวิจัยโดยสามารถเขียนเป็นภาพได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

(Independent Variables)

**ภาพที่ 1** กรอบแนวคิดในการวิจัย**ระเบียบวิธีวิจัย**

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบธุรกิจบริการบริษัทรับเหมาก่อสร้าง ในเขตจังหวัดปทุมธานี ดำเนินธุรกิจในช่วงระยะเวลา 1 ปีที่ผ่านมาซึ่งถือว่าจำนวนประชากรทั้งหมดมีขนาดใหญ่มาก อีกทั้งผู้วิจัยไม่สามารถทราบจำนวนที่แน่นอนของผู้บริโภคที่ใช้บริการบริษัทรับเหมาก่อสร้างทำให้การวิจัยในครั้งนี้โดยการใช้สูตรของ (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างในธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ยอมรับความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

จากการคำนวณผู้วิจัยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 ตัวอย่าง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยของเพิ่มกลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นจำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 7 ตอนโดยส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 2-4 เป็นข้อความถามเกี่ยวกับตัวแปรแฝงต่าง ๆ เป็นมาตรวัดแบบประมาณค่าตามแนวทางของลิเคิร์ท (Likert Scale) 5 ระดับซึ่งเป็นการวัดระดับความคิดเห็นโดยมีข้อดีกว่าวิธีการอื่น ๆ เนื่องจากมีความง่ายในการใช้นิยมใช้อย่างแพร่หลาย ไม่ว่าจะพิจารณาจากด้านผู้วิจัยหรือผู้ตอบก็ตามโดยหากต้องการแบบวัดเจตคติที่มีค่าความน่าเชื่อถือ สอดคล้องภายในตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไปและมีค่าความคลาดเคลื่อนในการวัดต่ำสุดควรใช้แบบวัดของลิเคิร์ทที่มี 5 มาตรา (มณฐิณี ประเสริฐลาภ, 2558) สำหรับผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญในด้านที่ เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้จำนวน 5 ท่าน พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีตั้งแต่ 60% ขึ้นไป หรือมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.60-1.00 ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.50 ($IOC > 0.50$) (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2545) แล้วนำมาปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ โดยผู้วิจัยทำการวัดความเชื่อมั่นด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นสูง (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์, 2545)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล จัดเตรียมแบบสอบถามให้เพียงพอกับจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการชี้แจงให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงวัตถุประสงค์เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยติดตามขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง จำนวน 400 ฉบับแล้วนำไปดำเนินการตามขั้นตอนการวิจัยต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยใช้สถิติดังนี้ประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) สถิติเชิงอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ค่า t-test ค่า F - test พร้อมทั้งการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่าย (Simple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่กำหนดไว้

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยสามารถสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาร้อยละ (Percentage) ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 400 คนพบว่า ส่วนใหญ่เป็น

เพศชาย จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีอายุ 30– 40 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 246 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ 5 – 10 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 มีรูปแบบของธุรกิจทางหุ้นส่วนสามัญ/ทางหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 มีเงินทุนในการประกอบกิจการ 5,000,001 – 10,000,000 บาท จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 และส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงาน 21 – 40 คน จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ และความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี โดยสรุปว่า

2.1) ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการยอมรับความเสี่ยง ($\bar{X}=4.56$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รองลงมาด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ($\bar{X}=4.26$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ($\bar{X}=4.24$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X}=4.21$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านความต้องการความสำเร็จ ($\bar{X}=4.03$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และน้อยที่สุดคือด้านความมั่นใจในตนเอง ($\bar{X}=4.01$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

2.2) กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.30$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รองลงมาด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ($\bar{X}=4.29$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำลูกค้า ($\bar{X}=4.11$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ($\bar{X}=4.09$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และน้อยที่สุดคือด้านกลยุทธ์นวัตกรรม ($\bar{X}=3.93$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากตามลำดับ

2.3) ความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านจำนวนลูกค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.46$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รองลงมาด้านยอดขาย/ผลกำไร ($\bar{X}=4.14$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และน้อยที่สุดคือด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ($\bar{X}=4.09$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

3. การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคุณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้าง โดยนำเสนอได้ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปรพยากรณ์	ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้าง จากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี						
	B	S.E.	β	t	Sig.	Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (constant)	0.698	0.327	–	2.136	0.034	–	–
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ							
ความต้องการความสำเร็จ	0.076	0.033	0.141	2.273	0.024*	0.661	1.505
การยอมรับความเสี่ยง	0.089	0.042	0.129	2.095	0.238	0.552	1.826
ความมั่นใจในตนเอง	0.078	0.039	0.125	2.022	0.145	0.923	1.264
ความรู้ความสามารถความใฝ่รู้	0.133	0.061	0.164	2.163	0.132	0.615	1.628
การบริหารจัดการ	0.104	0.052	0.146	2.018	0.017*	0.725	1.586
ความคิดเชิงนวัตกรรม	0.399	0.070	0.174	4.889	0.000*	0.691	1.632
กลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ							
กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง	0.144	0.071	0.314	5.148	0.000*	0.371	2.616
กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ	0.012	0.526	–	–0.316	0.645	0.468	2.213
			0.026				
กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ	0.081	–0.028	0.114	4.109	0.000*	0.656	1.596
กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า	0.075	0.296	0.412	1.919	0.012*	0.406	3.346
กลยุทธ์นวัตกรรม	0.082	0.195	0.147	2.159	0.095	0.826	1.426
R = 0.80, R ² =0.68 R ² _{Adjusted} =0.73, Sr ² =0.35, F=43.49, p<0.001							

** P<0.01, *P<0.05

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณคุณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จ (Sig = .024) ด้านการยอมรับความเสี่ยง (Sig = .238) ด้านความมั่นใจในตนเอง (Sig = .145) ด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ (Sig = .132) ด้านการบริหารจัดการ (Sig = .017) และด้านความคิดเชิงนวัตกรรม (Sig = .000) ตามลำดับและกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Sig = .000) ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ (Sig = .645) ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Sig = .000) ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Sig = .012) และด้านกลยุทธ์นวัตกรรม (Sig = .095) ในขณะที่ปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง และด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ส่วนในเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ และด้านกลยุทธ์นวัตกรรมตามลำดับ

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัท รับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้าน ความคิดเชิงนวัตกรรม ($\beta = 0.174$) ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัท รับเหมาก่อสร้างจาก สภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด รองลงมาด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ($\beta = 0.164$) ด้านการบริหารจัดการ ($\beta = 0.146$) ด้านความต้องการความสำเร็จ ($\beta = 0.141$) ด้านการยอมรับ ความเสี่ยง ($\beta = 0.129$) ด้านความมั่นใจในตนเอง ($\beta = 0.125$) พร้อมทั้งกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ($\beta = 0.412$) ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัท รับ เหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด รองลงมาด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ($\beta = 0.314$) ด้านกลยุทธ์นวัตกรรม ($\beta = 0.147$) ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ($\beta = 0.114$) และด้านกลยุทธ์ ปรับปรุงสินค้าและบริการ ($\beta = 0.026$) ตามลำดับ

นอกจากนี้พบว่าค่า Multiple R=0.80 สมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.820$) แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของคุณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัท รับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้าน ความต้องการความสำเร็จ ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านความรู้ความสามารถ ความใฝ่รู้ ด้านการบริหารจัดการ และด้านความคิดเชิงนวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านกลยุทธ์ สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรม ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัท รับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี คิดเป็นร้อยละ 68.00 ที่เหลืออีกร้อยละ 32.00 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น ซึ่งจากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่าเกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.264 – 3.46 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมี ความสัมพันธ์ กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Zikmund, Babin, Carr, & Griffin, 2013 : 590)

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องคุณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนิน ธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี โดยสรุปผลการทดสอบ ค่าสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการ ความสำเร็จ ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ด้าน การบริหารจัดการ และด้านความคิดเชิงนวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านกลยุทธ์สร้าง ความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านกลยุทธ์สร้าง ความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรมได้ผลสรุปว่า คุณลักษณะและกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ

ที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จด้านการบริหารจัดการ และด้านการสร้างนวัตกรรมเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผล ต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดปทุมธานี มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้มีประสิทธิภาพมุ่งเน้นการปรับปรุงหรือดัดแปลงกระบวนการทำงานให้มีความทันสมัยและง่ายต่อการปฏิบัติรวมถึงยังให้ความสำคัญกับการแสวงหาแนวทางใหม่ ๆ มาเพิ่มมูลค่าของสินค้าและยังสามารถใช้นวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Ogawa (1995) ที่กล่าวว่า การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะช่วยให้คุณเป็นองค์กรที่มีความโดดเด่น และมีความแตกต่างอัน เป็นเอกลักษณ์ของคุณ Frese et al. (2000); ฝนทิพย์ ชาร์โลว; ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ (2555); Krauss et al. (2005); วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ที่ทำการวิจัยแล้วพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความคิดเชิงนวัตกรรมมีผลต่อความสำเร็จในการ ประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอย่างไรก็ตามผลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิราณี เมฆลอย (2564) ศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็ก ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าการบริหารจัดการคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็กภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยต้องวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวพร้อมทั้งคุณภาพและการบริการ ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามมาตรฐานสากลต่อไป พร้อมทั้งผลงานวิจัยของกมลพร กัลยาณมิตร (2564) ศึกษาวิจัยเรื่องการนำกลยุทธ์การบริหารสู่การปฏิบัติ ในรูปแบบความปกติใหม่ (New Normal) พบว่าโดยผู้บริหารต้องสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการในการเข้าถึงและสร้างความ ไว้วางใจแก่ผู้บริโภคผ่านเทคโนโลยี ด้านแนวทางการนำกลยุทธ์การบริหารสู่การปฏิบัติในรูปแบบความปกติใหม่ พบว่าองค์กรต้องปรับเปลี่ยนนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการ ดำเนินธุรกิจแบบสร้างพันธมิตร การตัดสินใจต้องฉับไวและยืดหยุ่น พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ มองหาช่องทางธุรกิจใหม่ ๆ เพิ่มช่องทางความหลากหลาย ทางการตลาด เน้นคุณภาพ สร้างความแตกต่าง ความปลอดภัยจากโรคระบาด และมีการ วางแผนเพื่อเตรียมรับมือความไม่แน่นอนในปัจจุบันและอนาคต พร้อมทั้งงานวิจัยของพีระพงษ์ วรภัทร์ตระกูล (2564) ศึกษาวิจัยเรื่องภาวะผู้นำ และวัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). พบว่า การดำเนินงานขององค์กรในรูปแบบความปกติใหม่ ต้องตั้งอยู่บนหลักของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ต้องพร้อมและไวต่อการเปลี่ยนแปลงโดยการตัดสินใจต้องฉับไวและยืดหยุ่นพร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ขยายหรือเพิ่มช่องทางความหลากหลายทางการตลาดโดยเน้นด้านคุณภาพ ด้านการสร้างแตกต่าง และด้านความปลอดภัย เพื่อเตรียมรับมือความไม่แน่นอนในปัจจุบันและอนาคต

2. สำหรับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ในขณะที่ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกับความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง และด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ส่วนในเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ และด้านกลยุทธ์นวัตกรรมตามลำดับ ตามลำดับ โดยกลยุทธ์ระดับองค์กร เป็นตัวแปรสำคัญลำดับที่สอง ที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานีต้องมีการกำหนดแผนการดำเนินงานของธุรกิจในระยะยาวอย่างชัดเจนเพื่อที่จะสร้างกำไรสูงสุด มีแผนในการมองหาตลาดใหม่ ๆ ให้กับธุรกิจอยู่เสมอ มีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาทดแทน สิ่งเหล่านี้มีผลทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จเพิ่มมากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของบุญเรือน ทองทิพย์ (2563) โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำ ต่อการพัฒนาองค์การแบบ New Normal พบว่าองค์การต้องปรับเปลี่ยน นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ดำเนินธุรกิจแบบสร้างพันธมิตรพึ่งพาอาศัยกันทั้งกับผู้มีส่วนได้เสียการตัดสินใจต้องฉับไว และยืดหยุ่นพร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ มองหาช่องทางธุรกิจใหม่ ๆ ขยายหรือเพิ่มช่องทางความหลากหลายทางการตลาดเน้นคุณภาพ สร้างความแตกต่าง เน้นความปลอดภัยจากโรคระบาดและสอดคล้องกับงานวิจัยของสุชา พงศ์ถาวราภิณู (2562) ศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารพาณิชย์เอกชนสู่การเป็นองค์การสมรรถนะสูง พบว่า องค์ประกอบการสร้างสรรค์คุณค่ารวมทั้ง 6 องค์ประกอบส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าตามลำดับ พร้อมทั้ง ญัณฐพันธ์ เขจรันท์ (2552) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ระดับองค์กรเป็นแนวทางการดำเนินงานขององค์กร เป็นการวางอนาคตของธุรกิจโดยการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของบริษัทให้บรรลุผลสำเร็จตามที่ได้อ้างไว้ สอดคล้องกับการวิจัยของสุพาดา สิริกุดตา (2556) ที่พบว่ากลยุทธ์ระดับองค์กรเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้และที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กร ธุรกิจสภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและสอดคล้องกับงานวิจัยของสุรรัตน์ ชตชัย (2560) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า เมื่อผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่น และความไว้วางใจในการซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ก็จะส่งผลต่อความพึงพอใจ ของผู้บริโภคจนเกิดพฤติกรรมการตั้งใจซื้อสินค้าทางเว็บไซต์ พร้อมทั้ง การศึกษาของ Verbano, C., Karen Venturini, K. (2013) พบว่า การดูแลลูกค้าเป็นคุณค่าการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ที่มีความ พึงพอใจมีแนวโน้มที่จะรับรู้คุณค่าโดยการซื้อซ้ำ

3. ความสำเร็จของธุรกิจ คือ การดำเนินการในองค์การทุกกระบวนการเพื่อมุ่งให้ได้มาซึ่งผลกำไรมากที่สุด โดยสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มุ่งสนองต่อ ความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งผู้ที่สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องด้วยผู้ประกอบการมีเป้าหมายในการทำงานอย่างชัดเจน และผู้ประกอบการ

ดูแลรายรับ-รายจ่ายในธุรกิจอยู่สม่ำเสมอ โดยผู้ประกอบการมี การอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการติดต่อสื่อสารและดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และมีการวางแผนในการทำงานก่อนอยู่ สม่ำเสมอซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Zimmerer & Scarborough (1996); Frese et al. (2000) ได้กล่าวว่า ลักษณะของผู้ประกอบ การที่ประสบความสำเร็จนั้น ประกอบด้วยคุณลักษณะ ความต้องการความสำเร็จ พยายามค้นหาหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้น ๆ ให้ดีกว่าเดิมเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1.1) จากผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ การบริหารจัดการ และการสร้างนวัตกรรม ดังนั้นธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดปทุมธานี ควรจะมีความมั่นใจในตนเอง เปิดรับนวัตกรรมใหม่ ๆ และนำนวัตกรรม เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ พร้อมทั้งผู้ประกอบการจะต้องมีแหล่งเงินทุน มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน อีกทั้งผู้ประกอบการจะต้องดำเนินธุรกิจด้วยการสร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของตลาดเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันอย่างรวดเร็ว

1.2) จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในจังหวัดปทุมธานีสามารถนำผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางให้เกิดความรู้และความเข้าใจในเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำความรู้จากการวิจัยนี้ไปใช้แก้ไขปัญหาก็กำลังเกิดขึ้นในธุรกิจได้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างราบรื่น ทั้งนี้ก็เพื่อลดปัญหาการเลิกกิจการลงได้

1.3) จากผลการวิจัยโดยมุ่งเน้นให้มีการให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความสามารถในการตัดสินใจ โดยใช้ประสบการณ์ข้อมูลต่าง ๆ ทางธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถวางแผนที่จะขยายธุรกิจให้มีสินค้าและบริการที่ครอบคลุมครบวงจร แล สามารถวางแผนระยะยาวในการดำเนินธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในอนาคต รวมทั้งสามารถปรับเปลี่ยนโดยสามารถทำแผนขึ้นมาใหม่ เพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้การดำเนินงานในอนาคตเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรมีการศึกษาวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อหาข้อเปรียบเทียบผลการศึกษาในอนาคตของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีประสิทธิภาพในการทำนายประสิทธิผลองค์การ เพื่อที่จะได้กำหนดตัวแปรใหม่ ๆ มาใช้ในการทำวิจัยอยู่เสมอเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์การต่อไป

2.2) ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อยอดในงานวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ หรือภูมิภาคเพื่อให้ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ครอบคลุมทั่วประเทศ

2.3) ควรเพิ่มเติมถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกจากปัจจัยที่งานวิจัยฉบับนี้ได้แสดงไว้เพื่อให้เกิดการนำไปประยุกต์ใช้ตามบริบทและองค์กรนั้น ๆ ต่อไป และสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงสาธารณสุข. (2564). *แนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อการจัดการภาวะระบาดของโรคโควิด-19 ในข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 1)*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *คู่มือดูแลสังคมจิตใจบุคลากรสุขภาพในภาวะวิกฤตโควิด-19*. นนทบุรี: กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.
- กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *แนวทางการจัดบริการเพื่อรองรับผู้ป่วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของสถาบัน/โรงพยาบาลสังกัดกรมสุขภาพจิต ฉบับที่ 1/2563*. กรุงเทพฯ: กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข.
- กฤตวรรณ พริ้งสกุล. (2558). ปัจจัยเกื้อหนุนกลยุทธการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันธุรกิจ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 3(2), 97-107.
- กมลพร กัลยาณมิตร (2564). การนำกลยุทธการบริหารสู่การปฏิบัติ ในรูปแบบความปกติใหม่ (New Normal). *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(4), 402 – 422.
- จารุพร ชันธนนท์ และวสุธิดา นุริตมนต์. (2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 33(108), 132-144.
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2552). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ถิรรัตน์ พิมพาภรณ์. (2561). *กลยุทธ์การจัดการความสุขในการทำงานขององค์กร: ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์* (ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.
- บุญเรือน ทองทิพย์. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำ ต่อการพัฒนาองค์กรแบบ New Normal. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(1), 434-446.

- พีระพงษ์ วรรณธิระกุล. (2564). ภาวะผู้นำ และวัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 60–71.
- ศิริณี เมฆลอย. (2564). การบริหารจัดการคุณภาพการบริการโรงแรมขนาดเล็ก ที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. ในเอกสารการจัดประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ (ครั้งที่ 18). มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น. เรื่องก้าวนำสังคมวิถีชีวิตใหม่ด้วยงานวิจัยและนวัตกรรม. หน้า 176–184.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.
- สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุวิรัตน์ ชดช้อย. (2560). อิทธิพลการกำกับของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อความภักดีของลูกค้า อย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ (ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อรุณกมล ศุขเอนก. (2562). กลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารพาณิชย์เอกชนสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง (ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Berger–Walliser, G., Bird, Robert C., & Haapio, H. (2011). Promoting business success through contract visualization. *Journal of Law, Business, and Ethics*, 17, 55–75.
- Chittithaworn, C., Islam A., Keawchana T., & Hasliza, D. (2001). Factors Affecting Business Success of Small & Medium Enterprises (SMEs) in Thailand. *Asian Social Science*, 7(5), 180 –190.
- Verbano, C., Venturini, K. (2013). Managing Risks in SMEs: A Literature Review and Research Agenda. *Journal of Technology Management and Innovation*, 8(3), 186–197.
- Frese, M., Stefanie I Krauss., Christian Friedrich., & Jens M Unger. (2000). Entrepreneurial orientation: A psychological model of success among southern African small business owners. *European journal of work and organizational psychology*, 14(3), 315–344.
- Fache , W. (2000). Methodologies for innovation and improvement of services in tourism. *Managing Service Quality*, 10(6), 356–66.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2006). *Marketing management*, 12th ed. NJ: Pearson International.
- Kotler, P. (2001). *Principles of Marketing*, 2nd edition, Hemel Hempstead: Prentice–Hall.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. 10th ed., New Jersey: Prentice–Hall.
- Kotler, P. (1994). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and control*, 8th ed., New York: Prentice hall.

- Nadiri, H. and Hussain, K. (2005). Perceptions of service quality in north Cyprus hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(6), 469–480.
- Oh, H. and Parks, S.C. (1997). Customer satisfaction and service quality: a critical review of the literature and research implications for the hospitality industry. *Hospitality Research Journal*, 20(3), 35–64.
- Pletnev D.a & Barkhatov V.a. (2016). Business Success of Small and Medium Sized Enterprises in Russia and Social Responsibility of Managers. *Procedia–Social and Behavioral Sciences*, 221(2), 185–193.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *the Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, A. & Berry, L.(1990). An Empirical Examination of Relationships in an Extended Service Quality Model. *Marketing Science Institute Research Program Series*, 12, 90–122.
- Seth, N., Deshmukh, S.G. and Vrat, P. (2005). Service quality models: a review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913–949.
- Zimmerer, T.W. & Scarborough, N.M. (1996). *Entrepreneurship and New Venture Formation*. New York: Prentice Hall.