

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสถานะ
การแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี
Factors Influencing Business Success of Entrepreneurs (SMEs) in Pathum
Thani Province During The COVID-19 Pandemic

ธนพัฒน์ วีริต

Tanapat Virit

คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

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

E-mail: pao7000@gmail.com

Received November 29, 2021; Revised May 27, 2022; Accepted May 28, 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสถานะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสถานะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสถานะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดปทุมธานีจำนวน 250 คน โดยการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. การเปรียบเทียบความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสถานะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ พบว่าภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น ระยะเวลาที่ประกอบกิจการ รูปแบบของธุรกิจ และเงินทุนในการประกอบกิจการ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสถานะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 พบว่า ด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ($\beta = 0.174$) ส่งผลต่อความสำเร็จมากที่สุด รองลงมาด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ($\beta = 0.164$) ด้านการบริหารจัดการ ($\beta = 0.146$) ด้านความต้องการความสำเร็จ ($\beta = 0.141$) ด้านการยอมรับความเสี่ยง ($\beta = 0.129$) และด้านความมั่นใจในตนเอง ($\beta =$

0.125) และความเป็นไปได้ของอัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ($\beta = 0.114$) สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 78 และสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Z = 0.174X_1^{**} + 0.164X_2^{**} + 0.146X_3^{**} + 0.141X_4^{**} + 0.129X_5^{**} + 0.125X_6^{**} + 0.114X_7^{**}$$

คำสำคัญ: ความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs); สถานะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19; ผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี

Abstract

The objectives of this research were: 1) to compare business success factors of entrepreneurs (SMEs) in Pathum Thani province during the COVID-19 pandemic: 2) to study the level of factors influencing the business success of entrepreneurs (SMEs) in Pathum Thani province during the COVID-19 pandemic: and 3) to suggest business practices of entrepreneurs (SMEs) in Pathum Thani Province during the COVID-19 epidemic. The sample group used in this research was 250 small and medium enterprises (SMEs) in Pathum Thani province using probability sampling. Data were collected using questionnaires. The statistical analysis included percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis. The results indicated that:

1. Comparison of business success (SMEs) during the COVID-19 epidemic classified by personal factors of entrepreneurs found that the overall picture was not different, except for business duration, business model, and capital in business.

2. Factors influencing business success (SMEs) during the COVID-19 pandemic found that innovative thinking ($\beta = 0.174$) had the highest impact on success, followed by knowledge, competence and curiosity ($\beta = 0.164$), management ($\beta = 0.146$), success requirements ($\beta = 0.141$), risk tolerance ($\beta = 0.129$), self-confidence ($\beta = 0.125$), and probability of return on investment ($\beta = 0.114$). The predictive power of the equation was 78%. The equation could be written as follows:

$$Z = 0.174X_1^{**} + 0.164X_2^{**} + 0.146X_3^{**} + 0.141X_4^{**} + 0.129X_5^{**} + 0.125X_6^{**} + 0.114X_7^{**}$$

Keywords: Business Success (SMEs); COVID-19 Pandemic; Entrepreneurs in Pathumthani Province

บทนำ

จากสถานการณ์ผลกระทบของโรคโควิด-19 ต่อภาวะเศรษฐกิจและสังคม ในช่วงเวลาของการพัฒนาประเทศท่ามกลาง สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ความ

ปกติใหม่ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของโลกอีกนัยหนึ่ง (กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข, 2563) โดยในการจัดทำแผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติฯ ครั้งนี้ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้นำแนวคิด “ล้มแล้วลุกไว” อันประกอบด้วย การพร้อมรับ (Cope) การปรับตัว (Adapt) และการเปลี่ยนแปลงเพื่อพร้อมเติบโตอย่างยั่งยืน (Transform) ซึ่งสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นหลักคิดในการพัฒนาเพื่อให้ประเทศไทยมีความเข้มแข็งเท่าทัน มีศักยภาพในการรับและลดความเสี่ยง สามารถ สร้างสรรค์ผลประโยชน์จากโอกาสที่เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม (กระทรวงสาธารณสุข, 2564) ตลอดจนยืนยันหยัดและเจริญเติบโตต่อไปได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างกว้างขวางและรุนแรง แม้ว่าที่ผ่านมาประเทศไทยจะประสบความสำเร็จในการป้องกันและควบคุมโรค ทว่าการแพร่ระบาดอย่างรุนแรงและต่อเนื่องได้ส่งผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจและสังคม จนก่อให้เกิดความปกติใหม่ ในขณะเดียวกัน แนวโน้มสำคัญของโลกอีกนัยหนึ่งท่ามกลางความปั่นป่วนและการเปลี่ยนแปลงจะเป็นปัจจัยเร่งสำคัญทำให้ทิศทางการพัฒนาประเทศตามแผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติจำเป็นต้องได้รับการพิจารณาทบทวนให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ เงื่อนไข และบริบทการพัฒนาใหม่ของประเทศยิ่งขึ้นโดยยังคง “เป้าหมาย” ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ไว้เช่นเดิม หากแต่มีการทบทวนและปรับเปลี่ยน “แนวทาง/วิธีการ” และ “เครื่องมือ” ในรูปแบบของ “แผนแม่บทเฉพาะกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติอันเป็นผลมาจากสถานการณ์โควิด-19 พ.ศ. 2564 – 2565” ซึ่งจะเป็นการระบุแนวทางการพัฒนาจากแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่ต้องมุ่งเน้น ให้ความสำคัญเป็นพิเศษและประเด็นการพัฒนาเพิ่มเติมที่จำ เป็นต้องเร่งดำเนินการเพื่อให้สามารถรับมือและเตรียมความพร้อมในการเยียวยาช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบฟื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมให้เข้าสู่ภาวะปกติ รวมทั้งนำเงื่อนไขการเปลี่ยนแปลงมาเป็น “จุดเปลี่ยน” ในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่จุดหมายใหม่ที่ดีกว่าในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) นับตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 เป็นต้นมาได้ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยอย่างกว้างขวางและรุนแรงในระดับที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน แม้ว่าที่ผ่านมาประเทศไทยจะประสบความสำเร็จในการป้องกันและควบคุมโรคเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศในโลก ทว่าการแพร่ระบาดของโรคอย่างรุนแรงและต่อเนื่องได้ส่งผลกระทบต่อมิติด้านเศรษฐกิจและด้านอื่น ๆ นอกเหนือไปจากวิกฤติการณ์ด้านสาธารณสุขทั้งการหยุดชะงักของห่วงโซ่การผลิตและการค้าระหว่างประเทศการหดตัวของรายได้จากภาคการท่องเที่ยว เนื่องจากการจำกัดการเดินทางความผันผวนรุนแรงในตลาดการเงินโลก และภาวะเศรษฐกิจถดถอย (จารุพร ชันธนันท์ และวสุธิตา นุริตมนต์, 2562) ดังนั้นภายใต้รัฐบาลการนำของพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และการกำกับดูแลของพลเอกประวิตร วงษ์สุวรรณ รองนายกรัฐมนตรี มีนโยบายให้ทุกภาคส่วนและทุกระดับของสังคม ได้ใช้ความรู้ความสามารถมาทำงานร่วมกันเพื่อก้าวผ่านพ้นวิกฤติจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโรคระบาดโควิด-19 นี้ไปได้ตามแนวทาง “รวมไทยสร้างชาติ” โดยจะจัดตั้ง

ศูนย์อำนวยการแรงงานแห่งชาติ (ศอร.) เพื่อขับเคลื่อนการแก้ปัญหาคนว่างงานเชิงรุก บริหารจัดการแรงงานทั้งระบบและครอบคลุมทุกมิติ โดยได้กำหนดนโยบายการบริหารราชการแผ่นดินที่ยึดการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) มีเป้าหมาย “มุ่งมั่นให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ในศตวรรษที่ 21” เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวไปข้างหน้าด้วยความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และสังคมไทย มีความสุข มีความปรองดอง สามัคคี และมีความเอื้ออาทร คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ในยุคปัจจุบันการพัฒนาเศรษฐกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือที่เรียกกันว่า SMEs ไม่ได้เป็นเพียงกิจการที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศเท่านั้นแต่ยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในระดับธุรกิจภาคประชาชนที่นำไปสู่การกระจายรายได้ที่ดีขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจและสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 ปี พ.ศ. 2560-2564 ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (ธนพล ก่อฐานะ, 2561) ดังนั้นผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่าง ๆ จึงต้องปรับตัวให้ก้าวทันตามความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองจะต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์การ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นการประกอบการ ด้านอุตสาหกรรม การเกษตร และการบริการ เป็นการผลิตสินค้าการจัดการการตลาดและการบริการต่าง ๆ (จารุพร ชันธนันท์ และวสุธิดา นุริตมนต์, 2562) ถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจอย่างแท้จริงสร้างรายได้ให้ประชาชนมากกว่า 9.70 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 80 % โดยเฉพาะในช่วงภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี จากความเข้มงวดของมาตรการควบคุมโรคของภาครัฐ ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบเชิงลบต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs)ในจังหวัดปทุมธานี (พงษ์มนัส ดือด, 2563) เพราะการดำเนินธุรกิจหากไม่มีการบริหารจัดการที่ดีมากพอในการวางแผนธุรกิจหรือตั้งรับกับสถานการณ์แล้ว เพียงรายได้หายไปแค่เดือนเดียวก็อาจทำให้ธุรกิจมีปัญหาถึงกับปิดตัวได้ จึงมีความจำเป็นที่ธุรกิจหรือผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์สถานการณ์และสภาพแวดล้อมเพื่อมองเห็นภาพหลังปลดล๊อคโควิด - 19 และวางแผนรับมือได้ถูกต้อง (ศิริณี เมฆลอย, 2564) ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลายมาเป็นองค์กรที่มีบทบาทในการช่วยลดความเสี่ยงให้แก่เศรษฐกิจด้วยการเชื่อมโยงการผลิตกับผู้ผลิตรายใหญ่ในลักษณะของการรับช่วงผลิต และที่สำคัญธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมคือจุดกำเนิดของการเริ่มดำเนินการของผู้ประกอบการรายใหม่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) พร้อมทั้งคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ดีควรมีความคล่องตัวในการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ทั่วไปของเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศธุรกิจ SMEs ลักษณะของผู้ประกอบการที่ดีที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย 7 ลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) การยอมรับความเสี่ยง 3) ความมั่นใจในตนเอง 4) ความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ 5) ความอดทน 6) เงินลงทุน และ 7) ความคิดเชิง

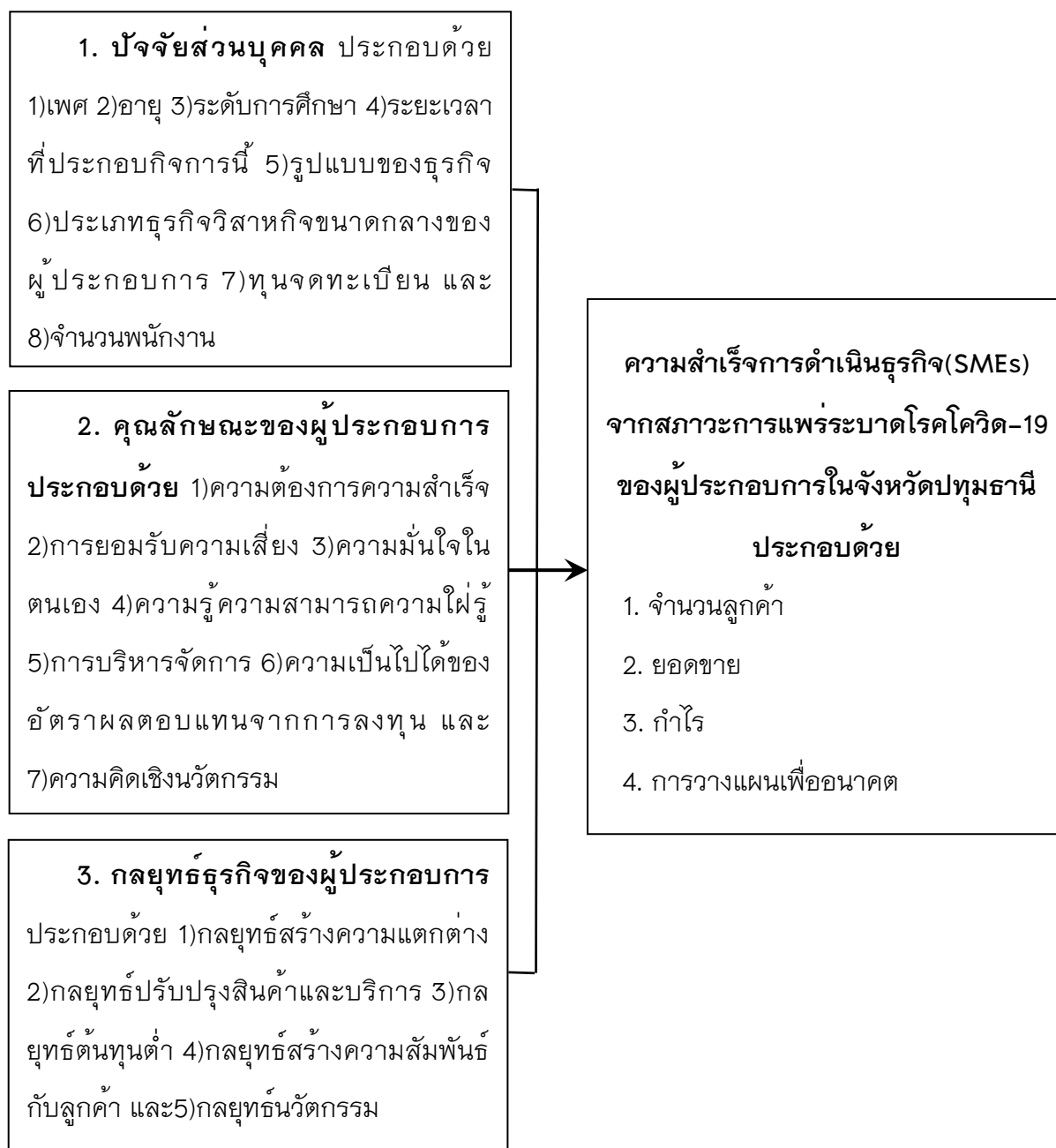
นวัตกรรม (Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar, & Khairul Anwar Subari, 2010) จากความเป็นมาและความสำคัญของเหตุผลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี” โดยจะเป็นแนวทางในการศึกษาจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องปรับตัวปรับปรุง และพัฒนากรอบแนวคิด วิสัยทัศน์ พันธกิจ ค่านิยม ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งการบริหารองค์การจะเปลี่ยนแปลงจากเดิมเข้าสู่ยุคภาวะความปกติใหม่ (New Normal) และจะอยู่กับการทำงานในยุคของความปกติวิถีใหม่ (New normal era) ต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้การศึกษาเป็นไปได้อย่างมีข้อจำกัดต่าง ๆ การสร้างกรอบการวิจัยเลือกเฉพาะปัจจัยสำคัญ (Critical Success Factors) องค์การสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มุ่งสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้สูงสุด Pletnev & Barkhatov (2016) กล่าวว่า ปัจจัยของความสำเร็จของธุรกิจที่สำคัญมี 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) จำนวนลูกค้า 2) ยอดขาย และ 3) กำไร และ 4) การวางแผนเพื่ออนาคต ส่วน Berger-Walliser และคณะ (2011) กล่าวว่า จำนวนลูกค้า ยอดขายและกำไรเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันของการประกอบธุรกิจ และมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจที่จะทำให้กิจการหรือธุรกิจอยู่รอดได้โดยผู้ประกอบการที่ดีที่ประสบความสำเร็จประกอบด้วย 7 ลักษณะที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) การยอมรับความเสี่ยง 3) ความมั่นใจในตนเอง 4) ความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ 5) ความอดทน 6) เงินลงทุน และ 7) ความคิดเชิงนวัตกรรม (Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar, & Khairul Anwar Subari, 2010) พร้อมทั้งกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง 2) กลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ 3) กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ 4) กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และ 5) กลยุทธ์นวัตกรรม (ศิริณี เมฆลอย, 2564) เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมและผลงานที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถเขียนเป็นระบบได้ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรเป้าหมาย ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดปทุมธานี โดยมีผู้ประกอบการ จำนวนทั้งสิ้น 700 ราย (ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้มาจากการคำนวณหาค่ากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมนั้นใช้สูตรการคำนวณกรณีการศึกษาค่าเฉลี่ยของประชากร (μ) (รัตนะ บัวสนธิ์, 2555) ยอมรับความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

เท่ากับ 392 คน โดยผู้วิจัยขอเพิ่มเป็น 250 คน เพื่อป้องกันการเก็บข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์จากแบบสอบถามที่ได้รับ โดยวิธีการสุ่มแบบตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) จากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดปทุมธานี 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองปทุม อำเภอคลองหลวง อำเภอธัญบุรี อำเภอลาดหลุมแก้ว อำเภอลำลูกกา อำเภอสามโคก อำเภอหนองเสือ ในแต่ละชั้นภูมิใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (พิชิต ฤทธิ์จรรยา, 2547)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 7 ตอนโดยส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 2-4 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับตัวแปรแฝงต่าง 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 250 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

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล และการแปลผลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล โดยสามารถสรุปผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดปทุมธานี โดยแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาตัวร้อยละ (Percentage) ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 250 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีอายุ 30- 40 ปี จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 มีระยะเวลาที่ประกอบกิจการนี้ 5 - 10 ปี จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 มีรูปแบบของธุรกิจทางหุ้นส่วนสามัญ/ทางหุ้นส่วนจำกัด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 63.00 มีประเภทธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางของผู้ประกอบการเป็นผลิต (ภาคเกษตรและภาคอุตสาหกรรม) จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 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. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี 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) ความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าด้านจำนวนลูกค้ามี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.46$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก รองลงมาด้านยอดขาย/ผลกำไร ($\bar{X} = 4.14$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก และน้อยที่สุดคือด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ($\bar{X} = 4.09$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

3. การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี โดยนำเสนอได้ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคุณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี

ตัวแปรพยากรณ์	ความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี						
	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	–	–	0.645	0.468	2.213
กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ	0.081	–	0.114	4.109	0.000*	0.656	1.596
		0.028					
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

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

** $P < 0.01$, * $P < 0.05$

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี พบว่า 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 ($Sig = .095$) ในขณะที่ปัจจัยที่ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง และด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ส่วนในเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ และด้านกลยุทธ์นวัตกรรมตามลำดับ

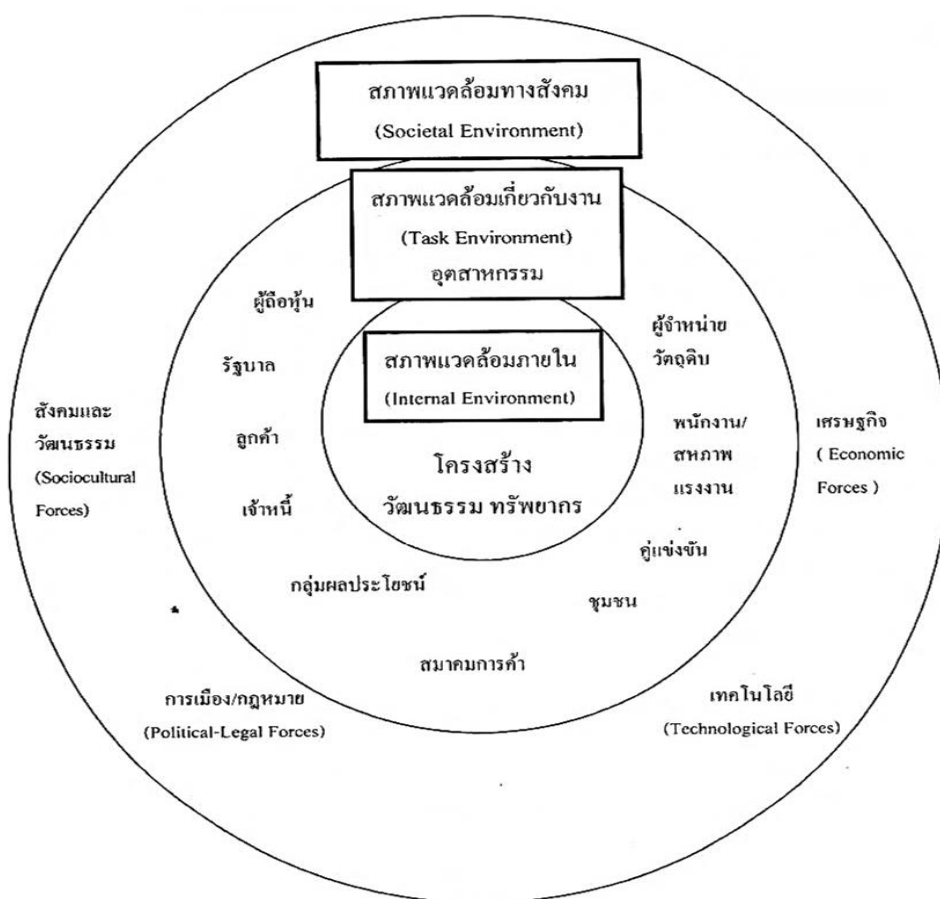
เมื่อพิจารณาน้ำหนักของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดเชิงนวัตกรรม ($\beta = 0.174$) ส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานีมากที่สุด รองลงมาด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ($\beta = 0.164$) ด้านการบริหารจัดการ ($\beta = 0.146$) ด้านความต้องการความสำเร็จ ($\beta = 0.141$) ด้านการยอมรับความเสี่ยง ($\beta = 0.129$) ด้านความมั่นใจในตนเอง ($\beta = 0.125$) พร้อมทั้งกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ($\beta = 0.412$) ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด รองลงมาด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ($\beta = 0.314$) ด้านกลยุทธ์นวัตกรรม ($\beta = 0.147$) ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ($\beta = 0.114$) และด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ ($\beta = 0.026$) ตามลำดับ

นอกจากนี้พบว่าค่า Multiple $R = 0.81$ สัมประสิทธิ์การกำหนด ($R^2 = 0.810$) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ด้านการบริหารจัดการ และด้านความคิดเชิงนวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ ด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรม ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร คิดเป็นร้อยละ 68.00 ที่เหลืออีกร้อยละ 32.00 เป็นผลเนื่องมาจากตัวแปรอื่น จากการตรวจสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) ซึ่งค่า VIF ที่มีค่า

เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระมีค่าตั้งแต่ 1.264 – 3.46 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 5.0 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ กันแต่ไม่มีนัยสำคัญ (Leedy & Ormrod, 2015).

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการการศึกษาพบว่า 1) สภาพแวดล้อมทางสังคม (Societal Environment) 2) สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับงาน (Task Environment) อุตสาหกรรม และ3)สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Environment) จะส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยจึงได้สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยเป็นรูปแบบดังนี้



ภาพที่ 1 รูปแบบการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี โดยสรุปผลจากการทดสอบค่าสถิติของค่า

สัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านความรู้ความสามารถความใฝ่รู้ ด้านการบริหารจัดการ และด้านความคิดเชิงนวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการด้านกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ ด้านกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และด้านกลยุทธ์นวัตกรรมได้ผลสรุปว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความต้องการความสำเร็จ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการสร้างนวัตกรรมเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผล ต่อความสำเร็จของธุรกิจ มาเพิ่มมูลค่าของสินค้าและยังสามารถใช้นวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Mhalla (2020) ที่กล่าวว่า การสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะทำให้คุณเป็นองค์กรที่มีความโดดเด่น และมีความแตกต่างอันเป็นเอกลักษณ์และผลงานวิจัยของศิริณี เมฆลอย (2564) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิบรรจุถุงของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่า การบริหารจัดการปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวหอมมะลิบรรจุถุง พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.29$) และด้านราคา ($\beta = 0.37$) โดยสมการการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ พร้อมทั้งผลงานวิจัยของนิวัฒน์ รังสร้อย และพีระพงษ์ วรภัทร์ธีระกุล (2564) ศึกษาวิจัยเรื่องภาวะผู้นำ และวัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกากระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ผลการวิจัยพบว่า การดำเนินงานองค์การในรูปแบบความปกติใหม่ ต้องตั้งอยู่บนหลักของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ต้องพร้อมและไวต่อการเปลี่ยนแปลงโดยการตัดสินใจต้องฉับไวและยืดหยุ่นพร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ขยายหรือเพิ่มช่องทางความหลากหลายทางการตลาดโดยเน้นด้านคุณภาพ ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านความปลอดภัย เพื่อเตรียมรับมือความไม่แน่นอนในปัจจุบันและอนาคตพร้อมทั้งผลงานวิจัยของกมลพร กัลยาณมิตร (2564) ศึกษาวิจัยเรื่องการนำกลยุทธ์การบริหารสู่การปฏิบัติ ในรูปแบบความปกติใหม่ (New Normal) พบว่าโดยผู้บริหารต้องสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการในการเข้าถึงและสร้างความไว้วางใจแก่ผู้บริโภคผ่านเทคโนโลยี ด้านแนวทางการนำกลยุทธ์การบริหารสู่การปฏิบัติในรูปแบบความปกติใหม่ พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ มองหาช่องทางธุรกิจใหม่ ๆ เพิ่มช่องทางความหลากหลาย ทางการตลาด เน้นคุณภาพ สร้างความแตกต่าง ความปลอดภัยจากโรคระบาด และมีการวางแผนเพื่อเตรียมรับมือความไม่แน่นอนในปัจจุบันและอนาคต

2. กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ(SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ในขณะที่ปัจจัยที่ไม่ส่งผลกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)จากสภาวะการแพร่ระบาดโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านการยอมรับความเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง และด้านความรู้ความสามารถ

ความรู้ ส่วนในเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ ด้านกลยุทธ์ปรับปรุงสินค้าและบริการ และด้านกลยุทธ์นวัตกรรมตามลำดับ ตามลำดับ พร้อมทั้งมีการกำหนดแผนการดำเนินงานของธุรกิจในระยะยาวอย่างชัดเจนเพื่อที่จะสร้างกำไรสูงสุด มีแผนในการมองหาตลาดใหม่ ๆ ให้กับธุรกิจอยู่เสมอมีการนำเอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาทดแทน สิ่งเหล่านี้มีผลทำให้ ธุรกิจประสบผลสำเร็จเพิ่มมากยิ่งขึ้นซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของบุญเรือน ทองทิพย์ (2563) โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำ ต่อการพัฒนาองค์การแบบ New Normal. พบว่า องค์การต้องปรับเปลี่ยน นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ดำเนินธุรกิจแบบสร้างพันธมิตรพึ่งพาอาศัยกันทั้งกับผู้มีส่วนได้เสียการตัดสินใจต้องฉับไว และยืดหยุ่นพร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ มองหาช่องทางธุรกิจใหม่ ๆ ขยายหรือเพิ่มช่องทางความหลากหลายทางการตลาดเน้นคุณภาพ สร้างความแตกต่าง เน้นความปลอดภัยจากโรคระบาดและสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธา พงศ์ถาวรวิญญู (2562) ศึกษาวิจัยเรื่องกลยุทธ์การบริหารจัดการของธนาคารพาณิชย์เอกชนสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูง พบว่า องค์ประกอบการสร้างสรรค์คุณค่ารวมทั้ง 6 องค์ประกอบส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าตามลำดับ พร้อมทั้งการศึกษาของ Chiara Verbano & Karen Venturini (2013) พบว่า การดูแลลูกค้าเป็นคุณค่าการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ที่มีความ พึงพอใจมีแนวโน้มที่จะรับรู้คุณค่าโดยการซื้อซ้ำ

3. ความสำเร็จของธุรกิจ คือ การดำเนินการในองค์การทุกกระบวนการเพื่อมุ่งให้ได้มาซึ่งผลกำไรมากที่สุด โดยสามารถผลิตสินค้าหรือบริการที่มุ่งสนองต่อ ความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ซึ่งผู้ที่สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าจะส่งผลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจบริษัทรับเหมาก่อสร้างจากสภาวะวิกฤตโควิด-19 ในจังหวัดปทุมธานี เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เนื่องด้วยผู้ประกอบการมีเป้าหมายในการทำงานอย่างชัดเจน และผู้ประกอบการดูแลรายรับ-รายจ่ายในธุรกิจอยู่เสมอ โดยผู้ประกอบการมีการอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการติดต่อสื่อสารและดูแลลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และมีการวางแผนในการทำงานก่อนอยู่เสมอซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler & Armstrong (2009) ได้กล่าวว่า ลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ประกอบด้วยคุณลักษณะ ความต้องการความสำเร็จ พยายามค้นหาหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีแรงจูงใจที่จะทำงานนั้น ๆ ให้ดีกว่าเดิมเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1.1) จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ การบริหารจัดการ และการสร้างนวัตกรรม ดังนั้นควรจะมีเชื่อมั่นในตนเอง เปิดรับนวัตกรรมใหม่ ๆ และนำนวัตกรรม เข้ามาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ พร้อมทั้งผู้ประกอบการจะต้องมีแหล่งเงินทุน มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน อีกทั้งผู้ประกอบการจะต้องดำเนินธุรกิจด้วยการ

สร้างนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้ตรงตามความต้องการของตลาดเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบันอย่างรวดเร็วโดยต้องสร้างสินค้าบริการ แพลตฟอร์มใหม่ มีเรื่องราวความเป็นมาวิสัยทัศน์ มีเอกลักษณ์ ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าหรือผู้บริโภคในรูปแบบความปกติใหม่

1.2) จากผลการวิจัยพบว่า จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ผู้ประกอบการ ควรมีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วย กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดปทุมธานีสามารถนำผลการวิจัยนี้เป็นแนวทางให้เกิดความรู้และความเข้าใจในเรื่องกลยุทธ์ธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำความรู้จากการวิจัยนี้ไปใช้แก้ไขปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นในธุรกิจได้ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างราบรื่น ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาการเลิกกิจการลงได้พร้อมปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ มองหาช่องทางธุรกิจใหม่ๆ ขยายหรือเพิ่มช่องทางความหลากหลายทางการตลาดเน้นคุณภาพ สร้างความแตกต่าง เน้นความปลอดภัยจากโรคระบาด และมีการวางแผนเพื่อเตรียม รับมือความไม่แน่นอนในปัจจุบันและอนาคต

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1) ควรมีการศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อหาข้อเปรียบเทียบผลการศึกษาในอนาคตของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีประสิทธิภาพในการทำนายประสิทธิผลองค์กร เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลดีต่อองค์กร เพื่อเพิ่มเติมต่อยอดในงานวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ หรือภูมิภาคเพื่อให้ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปใช้อ้างอิงได้ครอบคลุมทั่วประเทศ

2.2) การศึกษางานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาความสำเร็จของธุรกิจกว้างขึ้น โดยไม่ใช่แค่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และกระจายออกไปยังจังหวัดอื่นและภูมิภาคอื่น ๆ หรือใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลที่สูงขึ้น จากการดำเนินงานขององค์กรในรูปแบบความปกติใหม่ต้องมีการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดโดยการศึกษาดูตลาดและหาช่องทางในการทำธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อขยายหรือเพิ่มช่องทางความหลากหลายทางการตลาดโดยเน้นด้านคุณภาพ ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านความปลอดภัย

เอกสารอ้างอิง

- กมลพร กัลยาณมิตร (2564). การนำกลยุทธ์การบริหารสู่การปฏิบัติ ในรูปแบบความปกติใหม่ (New Normal). *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(4), 402-422.
- กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *แนวทางการจัดบริการเพื่อรองรับผู้ป่วยโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ของสถาบัน/โรงพยาบาลสังกัดกรมสุขภาพจิต ฉบับที่ 1/2563*. กรุงเทพฯ: กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข.
- กรมสรรพากร. (2560). *เกี่ยวกับธุรกิจ SMEs กลุ่มบริหารการเสียภาษีธุรกิจขนาดกลาง และขนาดเล็ก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 กรกฎาคม 2564, จาก <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. (2563). *คู่มือดูแลสังคมจิตใจบุคลากรสุขภาพในภาวะวิกฤตโควิด-*

19. นนทบุรี: กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข.

กระทรวงสาธารณสุข. (2564). *แนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขเพื่อการจัดการภาวะระบาดของโรคโควิด-*

19 ในข้อกำหนดออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนดการบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548 (ฉบับที่ 1). กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

จารุพร ชันธน์นัท และวสุธิดา นุริตมนต์.(2562). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 33(108), 132-144.

ชนพล ก่อฐานะ. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงกับผลการดำเนินงาน

แบบสมดุลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม*, 14(3), 106-115.

นิวัฒน์ รังส้อยและพีระพงษ์ วรภัทร์ตระกูล. (2564). ภาวะผู้นำ และวัฒนธรรมองค์การที่มีผลต่อคุณภาพ

ชีวิตในการทำงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 7(2), 60-71.

บุญเรือน ทองทิพย์. (2563). โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กับศักยภาพของผู้นำ ต่อการ

พัฒนาองค์การแบบ New Normal. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(1), 434-446.

พิชิต ฤทธิ์จัญญ. (2547). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เฮาส์ ออฟ เคอร์

มิสท์.

มณฐิณี ประเสริฐลาภ. (2558). การเปรียบเทียบความน่าเชื่อถือของผลการวัดแบบวัดเจตคติของลิเคอร์ท.

วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, 7(2), 249-258.

รัตนะ บัวสนธ์. (2555). *วิธีการวิจัยเชิงผสมผสานสำหรับการวิจัยและประเมิน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานีประศาสน์. (2545). *ระเบียบวิธีการวิจัย*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการ

พิมพ์.

ศิริณี เมฆลอย. (2564). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าว

หอมมะลิบรรจุถุงของประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร. *วารสาร Journal of Roi Kaensarn Acadami*, 6(9), 323-336.

สมโภชน์ อเนกสุข. (2564). วิธีการเชิงปริมาณและวิธีการเชิงคุณภาพสู่วิธีการวิจัยแบบผสม. *e-Journal of*

Education Studies, Burapha University, 3(1), 1-16.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560–2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). *มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของ SMEs หรือ GDP SMEs ในไตรมาสแรกของปี 2559*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2564, จาก <http://www.sme.go.th/>
- สุธา พงศ์ถาวรวิญญู. (2562). *กลยุทธ์การสร้างสรรค์คุณค่าร่วมที่ส่งผลต่อความผูกพันของลูกค้าในโรงแรมระดับ 3 ดาวเมืองพัทยา* (ดุชนิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Amran Awang, Abdul Rashid Said Asghar, & Khairul Anwar Subari. (2010). Study of Distinctive Capabilities and Entrepreneurial Orientation on Return on Sales among Small and Medium Agro-Based Enterprises (SMAEs) in Malaysia. *International Business Research*, 3(2), 34–48.
- Berger–Walliser, G., Bird, Robert C., & Haapio, H. (2011). Promoting business success through contract visualization. *Journal of Law, Business, and Ethics*, 17(1), 55–75.
- Chiara Verbano, Karen Venturini. (2013). Managing Risks in SMEs: A Literature Review and Research Agenda. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(3), 186–197.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2009). *Marketing, an Introduction*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2015). *Practical research: Planning and design*. 11thed. Boston: Pearson.
- Mhalla, M. (2020). The Impact of Novel Corona virus (Covid–19) on the Global Oil and Aviation Markets. *Journal of Asian Scientific Research*, 10(2), 96–104.
- Pletnev D.a & Barkhatov V.a. (2016). Business Success of Small and Medium Sized Enterprises in Russia and Social Responsibility of Managers. *Social and Behavioral Sciences*, 221(7), 185–193.