ศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี

Entrepreneurial Potential Affecting the Competitiveness of Gem and Jewelry Businesses in Chanthaburi Province

กฤษณา ถนอมธีระนันท์[1] ปัญญาณัฐ ศิลาลาย[2] ณรงค์ อนุพันธ์[3] ธนภ จิตรแจ้ง[4] และ ธีรวุฒิ สุทธิประภา[5]

Krissana Thanomtheeranant, Panyanat Silalai, Narong Anuphan, Thanop Jitcheang and Teeravut Suthiprabha

Article History

Received: 27-03-2024; Revised: 08-05-2024; Accepted: 11-05-2024

https://doi.org/10.14456/issc.2024.20

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการ ความสามารถในการแข่งขันของของธุรกิจ และเพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรีที่จดทะเบียนกับพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี จำนวน 212 คน โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า

ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาท มีระดับศักยภาพของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะศักยภาพแห่งความสำเร็จ และระดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าตัวแปรศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรีที่ส่งต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจมี 3 ปัจจัย คือ ศักยภาพแห่งอำนาจ ศักยภาพแห่งการวางแผน และศักยภาพแห่งความสำเร็จ

คำสำคัญ: ศักยภาพของผู้ประกอบการ, การแข่งขัน, ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

[1-4]อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

Lecturer, Department of Management, Faculty of Management Science, Rambhai Barni Rajabhat University

E-mail: Krissana.t@rbru.ac.th *Corresponding Author

[5]อาจารย์ คณะอัญมณี มหาวิทยาลัยบูรพา

Lecturer, Department of Gems and Jewelry Business, Faculty of Gems, Burapha University

ABSTRACT

The objective of this research was to study the entrepreneurial potential and business competitiveness as well as the entrepreneurial potential affecting the competitiveness of gem and jewelry businesses in Chanthaburi Province, Thailand. The population and the sample included 212 gem and jewelry entrepreneurs registered with the Office of Provincial Commercial Affairs, Chanthaburi, obtained through multi-stage sampling. Data were collected using a questionnaire, and then analyzed for various issues.

The results of the research found that:

The most gem and jewelry entrepreneurs were female, aged 31–40 years, graduated with a bachelor's degree, and received a monthly income of 30,001–50,000 baht on average. Their overall entrepreneurial potential was at the highest level, particularly in the aspect of success potential. Also, their overall competitiveness was at the highest level. As for the hypothesis testing, it was found that there were three variables of the potential of the gem and jewelry entrepreneurs in Chanthaburi Province affecting their business competitiveness, i.e., power potential, planning potential, and success potential.

Keywords: Entrepreurial potential, Competitiveness, Gems and jewelry businesses

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรด้านอัญมณีที่มีค่าและสวยงาม ก่อให้เกิดอุตสากรรมอัญมณีและเครื่องประดับไทย ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างชื่อเสียงและเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยจำนวนมาก (ชุลีวรรณ โชติวงษ์ และจุฑารัตน์ ปิณฑะแพทย์, 2563) ทั้งนี้อุตสาหกรรมฯ ยังคงต้องพึ่งพาการนำเข้าทั้งในส่วนของโลหะมีค่าต่าง ๆ เช่น ทองคำและเงิน เป็นต้น รวมไปถึงอัญมณีบางประเภท โดยเฉพาะเพชร เนื่องจากไม่มีวัตถุดิบภายในประเทศ ประกอบกับวัตถุดิบพลอยที่ขุดพบภายในประเทศเริ่มมีจำนวนน้อยลง รวมถึงค่าจ้างแรงงานฝีมือที่สูงขึ้น ส่งผลให้ความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตของไทยลดลง ดังนั้นอุตสาหกรรมฯ จำเป็นต้องเร่งพัฒนาฝีมือแรงงานและเทคโนโลยีในการผลิต เพื่อก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์อัญมณีและเครื่องประดับได้มากขึ้น และสร้างความเชื่อมโยงไปสู่อุตสาหกรรมต่อเนื่องต่าง ๆ ให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดระดับโลก (พีรพงษ์ กนกเลิศวงศ์ และวรเดช จันนทรศร, 2560) ซึ่งจังหวัดจันทบุรี เป็นหนึ่งในจังหวัดมีชื่อเสียงด้านอัญมณีและเครื่องประดับ มีทั้งช่างฝีมือ ด้านเจียระไน การฝังอัญมณี การขึ้นตัวเรือนเครื่องประดับ และยังมีตลาดพลอย สำหรับภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวจันทบุรีประกอบกับช่างเจียระไนที่มีประสบการณ์มีความรู้ ความชำนาญในการทำให้พลอยแต่ละเม็ดนั้นให้มีความงดงามเมื่อนำมาประกอบตกแต่งเข้ากับตัวเรือน พลอยเม็ดนั้นจะกลายเป็นเครื่องประดับอัญมณีที่สวยงามได้รับการยอมรับและสามารถส่งจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับของจังหวัดจันทบุรีเป็นอย่างมาก (อัครเดช ฐิศุภกร และคณะ, 2564) อย่างไรก็ตาม อัญมณีและเครื่องประดับยังเป็นสินค้าที่ลูกค้าให้ความนิยมแม้จะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย แต่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะแวดล้อมภายในและต่างประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลมีเป้าหมายให้จังหวัดจันทบุรีเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณีและเครื่องประดับโลก ผู้ประกอบการจึงควรมีการวางแผนการพัฒนาให้ธุรกิจปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศ (รสดา เวษฎาพันธุ์, 2563)

จากรายงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (กฤตติยา สัตย์พานิช และคณะ, 2563) พบว่า ผู้ประกอบการที่ไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจ จะขาดทักษะและประสบการณ์เชิงธุรกิจหลายด้าน เช่น ความกล้าเสี่ยง ความ

กระตือรือร้น ความเป็นผู้นำ และการวางแผน เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาของติ๋ม มณีคำ (2560) พบว่า ผู้ประกอบการขาดจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการจัดการที่ไม่ดี และการขาดแรงงานที่มีฝีมือ เป็นต้น สาเหตุเหล่านี้ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อความล้มเหลวของธุรกิจค่อนข้างสูง ดังนั้นผู้ประกอบการควรตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของตนเองเพื่อสร้างโอกาสและความสำเร็จในประกอบธุรกิจ ซึ่ง Cunningham and Lischeron (1991) กล่าวว่าแนวคิดด้านศักยภาพของผู้ประกอบการเป็นสมรรถนะของบุคคลที่มีความสามารถที่แตกต่างจากบุคคลอื่น ซึ่งผ่านประสบการณ์ทางธุรกิจ ความรู้ที่สั่งสมมาทุนเดิมทางสังคม แนวคิดในการทำงานเครือข่ายธุรกิจและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ประกอบการต้องแบกรับความเสี่ยง และมีความสามารถด้านการจัดการธุรกิจสำหรับศักยภาพของการเป็นผู้ประกอบการ เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมหลายมิติของศักยภาพของการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะความรู้ และความสามารถในหลาย ๆ ด้าน เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ซึ่งจำแนกเป็น 3 ด้าน คือ ศักยภาพแห่งความสำเร็จ ศักยภาพแห่งอำนาจ และศักยภาพแห่งการวางแผน (Kabatire et al., 2007) ดังจะเห็นได้ว่า คุณลักษณะและขีดความสามารถของผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบหลักในการสนับสนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพในยุคการแข่งขันอย่างเสรี

การศึกษานี้ คณะผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี โดยการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งคาดหวังว่าผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางการวางแผนธุรกิจในอนาคตของผู้ประกอบการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในยุคการแข่งขันเสรีที่มีผู้แข่งขันทั้งไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดจันทบุรี

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันของของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี

3. การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) มาจากคำว่า “Entreprende” ซึ่งเป็นภาษาฝรั่งเศสโดยใช้กันมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 12 ส่วนประเทศอังกฤษในช่วงศตวรรษที่ 14 ใช้คำว่า “Adventurer” และ “Undertaker” ต่อมาใช้คำว่า “Projector” และ “Contractor” หมายถึง คนที่มีหน้าที่และคุณลักษณะที่มีประสบการณ์ที่ท้าทาย เสี่ยงในการทำงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในศตวรรษที่ 18 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการก็เปลี่ยนไปตามลักษณะการปฏิวัติอุตสาหกรรม โดยที่ Frese (2000) กล่าวไว้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งริเริ่มก่อตั้งกิจการเป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนและการดำเนินกิจการ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อหวังผลกำไรและความพอใจ ส่วนความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อให้เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม ซึ่งแตกต่างไปจากช่วงก่อนหน้านี้ ที่ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ประสานการจัดหาทุนและทรัพยากรเพื่อการผลิตและจัดจำ หน่ายสินค้า โดยการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของการพัฒนาธุรกิจที่รวดเร็วในสมัยนั้น (ปรียานันท์ โพธิ์ศิรวัฒน์, 2565)

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการ

Lohaus and Kleinmann (2002) กล่าวว่า ศักยภาพ หมายถึง กำลังหรือความสามารถทั้งหมดของบุคคลที่ทำงานบรรลุความสำเร็จตามที่กำหนดและใช้เป็นสิ่งบอกขีดความสามารถสูงสุดของบุคคลในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมาย

ดังนั้น ศักยภาพ เป็นความพร้อมหรือแนวโน้มที่จะแสดงความสามารถที่มีอยู่ให้ปรากฏเมื่อมีโอกาสที่จะกระทำได้ในระดับบุคคล ส่วนการพัฒนาศักยภาพ คือ การพัฒนาความสามารถที่ทำ ให้บุคคลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้ประกอบการเป็นผู้ที่จะต้องเผชิญกับความเสี่ยงการประกอบการ จึงไม่ใช่เรื่องของโชคแต่เป็นเรื่องที่บุคคลจะต้องเตรียมการณ์เตรียมความพร้อมและแสวงหาโอกาสที่จะก้าวเข้าสู่การประกอบธุรกิจ ดังนั้น ผู้ประกอบการ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจำเป็นต้องมีศักยภาพให้พร้อมรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน Cunningham and Lischeron (1991) กล่าวว่า แนวคิดด้านศักยภาพผู้ประกอบการเป็นสมรรถนะของบุคคลที่มีความสามารถที่แตกต่างจากบุคคลอื่น ซึ่งผ่านประสบการณ์ทางธุรกิจ ความรู้ที่สั่งสมมา ทุนเดิมทางสังคม แนวคิดในการทำงานเครือข่ายธุรกิจและปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ประกอบการต้องแบกรับความเสี่ยง และมีความสามารถด้านการจัดการธุรกิจ สำหรับศักยภาพของผู้ประกอบการ เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมหลายมิติจำแนกเป็น 3 ด้าน 10 คุณลักษณะ (Kabatire et al., 2007)

1. ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (Achievement competencies)

1.1 การแสวงหาโอกาส (Opportunity seeking) หมายถึง ความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ หรือประยุกต์ใช้ประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเพื่อสร้างสรรค์หาโอกาสหรือต่อยอดแนวคิดใหม่ ๆ ทางธุรกิจ

1.2 ความมุ่งมั่น (Persistence) หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมีความมุ่งมั่นที่จะใช้สติปัญญาความสามารถที่ตนเองมีอยู่ในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ

1.3 ความมีพันธะต่องาน ความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน (Commitment to work contact) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับได้ตั้งเป้าหมายเมื่อประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว ก็มักจะแสวงหาความต้องการประสบความสำเร็จแก่ตนเองและแก่บุคคลอื่นที่อยู่รอบตัว

1.4 ความต้องการใฝ่หาทางด้านคุณภาพ และประสิทธิภาพ (Demand quality and efficiency) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับทำงานอย่างกระตือรือร้น มองเหตุการณ์ต่าง ๆ เป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้อดีตเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจ

1.5 ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) หมายถึง ผู้ประกอบการมีความเต็มใจในการเข้าไปดำเนินธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่ไม่สามารถคาดการณ์ ได้ โดยมีการประเมินความเสี่ยง เพื่อหาความเสี่ยงในระดับที่สามารถรับได้ และต้องกล้าเผชิญกับความเสี่ยงอย่างไม่ย่อท้อ โดยมีเป้าหมายเพื่อมุ่งหวังผลกำไรทางธุรกิจจนนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจในอนาคต

2. ศักยภาพแห่งการวางแผน (planning competencies)

2.1. การตั้งเป้าหมาย (Goal setting) หมายถึง การกำหนดสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับต้องการจะได้มา หรือต้องการกระทำให้สำเร็จประสบความสำเร็จในธุรกิจ

2.2. การวางแผน ติดตาม ประเมินอย่างมีระบบ (Systematic Planning and Monitoring) หมายถึง การวิเคราะห์และตัดสินใจของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่จะกำหนดวิธีการไว้ล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ การตรวจสอบการปฏิบัติงาน และเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานให้ตรงตามแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ

2.3. การแสวงหาข้อมูล (Information seeking) หมายถึง การค้นหาและแสวงหาข้อมูลทั่วไปด้านเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย รวมถึงการแสวงหาความรู้จากบุคคลอื่น ๆ เช่น การอบรมสัมมนา การปรึกษาจากผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ได้ถูกต้อง

3. ศักยภาพแห่งอำนาจ (power competencies)

3.1 การชี้ชวน การชักชวน การมีเครือข่าย (Persuasion networking) หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมีสามารถที่จะชักจูง โน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้เข้ามาช่วยเหลือร่วมมือด้วยดี รู้จักใช้ความสามารถในการบริหารงาน สร้างแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงาน

3.2 ความเชื่อมั่นในตนเอง (self confidence) หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง รักอิสระ และพึ่งตนเอง เข้มแข็ง มีภาวะผู้นำ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

Dess et al. (2005) กล่าวว่า ความสามารถในการแข่งขัน คือ ความพยายามที่จะพัฒนาความสามารถเพื่อแข่งขันกับคู่แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน เพื่อครองตำแหน่งในตลาดโดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ อาทิ การลดราคาสินค้า การสร้างความแตกต่างเพื่อไม่ให้คู่แข่งขันรายใหม่เข้ามาตลาดเดียวกันได้ง่าย และการพัฒนาความสามารถในกำลังการผลิตเพื่อให้ได้ต้นทุนต่ำ ส่วน Porter (1980) กล่าวว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้องค์กรอยู่ในตำแหน่งที่เหนือหรือได้เปรียบกว่าคู่แข่งขัน ด้วยวิธีการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพดีที่สุด โดยที่มีต้นทุนต่ำหรือจุดเด่นอื่น ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ทั้งนี้องค์กรจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันได้นั้น จะต้องสร้างความแตกต่าง 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (Cost Leadership) เป็นกลยุทธ์ซึ่งผู้ประกอบการมุ่งการผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานเน้นที่การสร้างความ ได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตและดำเนินงานต่อหน่วยที่ต่ำ จึงสามารถนำเสนอราคาสินค้าหรือบริการได้ต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้ผู้ประกอบการมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มมากขึ้น

2. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) เป็นกลยุทธ์ที่นำเสนอสินค้าและบริการที่มุ่งเน้นให้ลูกค้ารู้สึกถึงคุณค่าและความแตกต่างที่ไม่มีในผู้ประกอบการรายอื่นในธุรกิจเดียวกัน สร้างความภักดีในตราสินค้าให้เกิดขึ้น และทำให้สามารถตั้งราคาได้ค่อนข้างสูงกว่า

3. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Focus) เป็นการมุ่งกลุ่มเป้าหมายเฉพาะหรือกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้แคบ เพื่อให้องค์กรสามารถศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้อย่างชัดเจน และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้อย่างสูงสุดจนเกิดความภักดี มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้แก่ลูกค้ากลุ่มนี้ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต

สรุปได้ว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นความได้เปรียบที่เหนือคู่แข่งขันที่กิจการสามารถสร้างได้ โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการให้แก่ลูกค้าได้อย่างเหนือความคาดหมาย หรือการนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างคุณค่านั้นได้ด้วยการเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน โดยความได้เปรียบในการแข่งขันมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งการมีความได้เปรียบที่โดดเด่นเหนือกว่าคู่แข่งขันในตลาดจะทำให้ธุรกิจมีความก้าวหน้าเจริญเติบโตและยั่งยืน

ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี

ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ หมายถึง การประกอบการธุรกิจที่ต้องใช้ปัจจัยการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับภายในสถานประกอบการหรือครัวเรือน โดยนำอัญมณีมาปรับปรุงคุณภาพและประกอบเข้าตัวเรือนที่ทำจากโลหะมีค่าประกอบด้วย ทอง ทองคำขาว และเงิน เป็นต้น ซึ่งเป็นเครื่องตกแต่ง ได้แก่ สร้อย แหวน กำไร สร้อยข้อมือ ต่างหู จี้ เข็มกลัด ที่ผลิตในจังหวัดจันทบุรี

จังหวัดจันทบุรี มีชื่อเสียงในด้านอัญมณีและเครื่องประดับเป็นเวลานาน มีทั้งช่างฝีมือ ด้านเจียระไนการฝังอัญมณี การขึ้นตัวเรือนเครื่องประดับ และยังมีตลาดพลอยซึ่งเป็นแหล่งซื้อขายพลอยโดยมีผู้ซื้อผู้ขายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติการซื้อขายพลอย

ในตลาดแห่งนี้มีพลอยหลากหลายชนิด ทั้งพลอยก้อน (คือพลอยที่ยังไม่ได้เจียระไน) พลอยที่เจียระไนแล้ว เช่น ทับทิม บุษราคัม ไพลิน เขียวส่อง เป็นต้น (อัครเดช ฐิศุภกร และคณะ, 2564) แต่ในปัจจุบันมีการจำหน่ายทั้งพลอยร่วงเนื้อแข็งและเนื้ออ่อน รวมถึงเครื่องประดับอัญมณีเพิ่มขึ้นมาก อย่างไรก็ตาม ลักษณะหรือรูปแบบ (Design) เครื่องประดับที่จำหน่ายส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 มีลักษณะหรือรูปแบบเหมือนกันทั้งสิ้น แบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) เครื่องประดับทองคำและอัญมณีเนื้อแข็ง ได้แก่ เพชร ทับทิม ไพลิน บุษราคัม เขียวส่อง ซึ่งเป็นอัญมณีราคาแพง รวมกับเนื้อทองคำ และค่าแรงของช่างฝีมือแรงงาน ทำให้มีราคาจำหน่ายสูงมาก เนื่องจากเดิมกลุ่มคนวัยทำงานหรือเกษียณอายุนิยมซื้อ และ 2) เครื่องประดับเงินกับพลอยเนื้ออ่อน ซึ่งมีราคาจำหน่ายถูกลงหลักพัน เนื่องจากส่วนใหญ่พลอยเนื้ออ่อนที่หาง่ายทั่วไปมีราคาต่ำกว่าเนื้อแข็งมาก และราคาตัวเรือนเงินที่มักทำด้วยกระบวนการหล่อจากเครื่องจักรอุตสาหกรรมครั้งละปริมาณมาก มีราคาไม่สูง ทำให้ราคาจำหน่ายต่ำ อีกทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่นของคนจันทบุรีประกอบกับช่างเจียระไนที่มีประสบการณ์มีความรู้ ความชำนาญในการทำให้พลอยแต่ละเม็ดนั้นให้มีความงดงาม เมื่อได้นำมาประกอบตกแต่งเข้ากับตัวเรือนแล้ว พลอยเม็ดนั้นจะกลายเป็นเครื่องประดับอัญมณีที่สวยงามได้รับการยอมรับและสามารถส่งจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการอัญมณีในจังหวัดเป็นอย่างมาก

จากการทบทวนทฤษฎี/วรรณกรรม/แนวคิด

การทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการซึ่งเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการของ Frese (2000), Hodgetts and Kuratko (2001), Hisrich (2002) และ Lambing and Kuehl (2003) คัดเลือกคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จมากที่สุด 10 อันดับแรกจากแนวคิดของนักวิชาการดังกล่าวข้างต้นมาใช้ในงานวิจัย ดังต่อไปนี้ 1) การแสวงหาโอกาส 2) ความมุ่งมั่น 3) ความกล้าเสี่ยง 4) ความรับผิดชอบในงาน 5) ความต้องการใฝ่หาด้านคุณภาพ 6) การตั้งเป้าหมาย 7) กาวางแผน ติดตาม และประเมินผลอย่างมีระบบ 8) การแสวงหาข้อมูล 9) การชี้ชวนชักนำ การมีเครือข่าย และ10) ความเชื่อมั่นในตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของกฤตติยา สัตย์พานิช และคณะ (2561) เรื่อง การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตการค้าชายแดนภาคตะวันออกเพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขัน พบว่า ศักยภาพผู้ประกอบการประกอบด้วย 3 ศักยภาพ 11 คุณลักษณะ คือ 1) ศักยภาพแห่งความสำเร็จ ประกอบด้วยคุณลักษณะ ได้แก่ การแสวงหาโอกาส ความมั่นคง ความมีพันธะต่องาน ความต้องการใฝ่หาด้านคุณภาพและประสิทธิภาพ และความกล้าเสี่ยง 2) ศักยภาพแห่งการวางแผน ประกอบด้วยคุณลักษณะ ได้แก่ การกำหนดเป้าหมาย การแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และการวางแผนและประเมินผล และ3) ศักยภาพแห่งอำนาจ ประกอบด้วยคุณลักษณะ ได้แก่ การชี้ชวนชักจูงใจ การสร้างเครือข่าย และความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่นำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันต่อไป

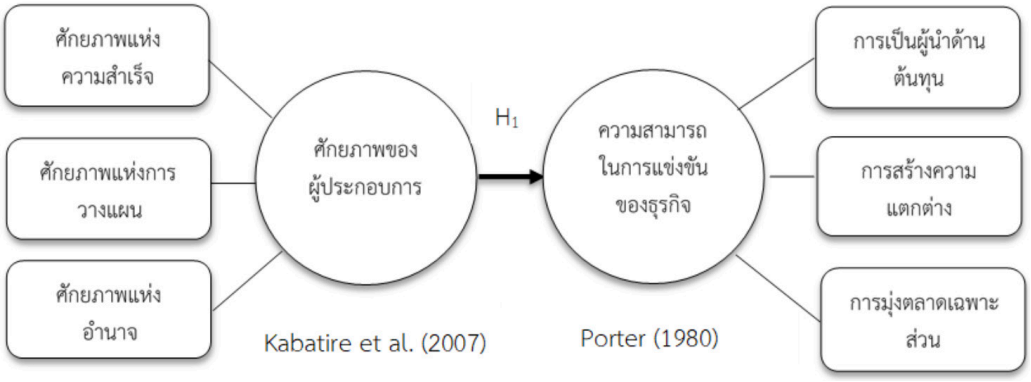
ส่วนการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ จากผลการศึกษาของวสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561) เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วรองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ 2) ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 88 (R^2 = 0.880) สอดคล้องกับการศึกษาของ Lechner and Gudmundsson (2014) เรื่อง คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์องค์กร และประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร พบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง และการเป็นผู้นำด้านต้นทุนมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของผู้ประกอบการ Kabatire et al. (2007) มาปรับใช้ พร้อมทั้งแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของ Porter (1980) สร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยนี้

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



H_0 ศักยภาพของผู้ประกอบการไม่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี

H_1 ศักยภาพของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี

5. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งพื้นที่วิจัย คือ อำเภอเมืองจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี ซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลก โดยมีการวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่สนใจศึกษานี้ คือ ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรีที่จดทะเบียนกับพาณิชย์จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ 1) สมาคมผู้ค้าอัญมณีและเครื่องประดับ 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอัญมณีและของดีเมืองจันท์ 3) กลุ่มสมาคมผู้ผลิตอัญมณีและเครื่องประดับ 4) กลุ่มคลัสเตอร์อัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี และผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนกับสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จำนวน 447 คน คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 212 คน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตร Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) โดยขั้นตอนที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประชากรตามประเภทธุรกิจได้ 3 ธุรกิจ คือ ธุรกิจอัญมณี ธุรกิจเครื่องประดับ และธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ขั้นตอนที่ 2 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบโควต้า (Quota sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยคำนึงถึงสัดส่วนองค์ประกอบของประชากร เช่น เมื่อต้องการกลุ่มตัวอย่าง 212 คน แบ่งเป็นตัวแทนผู้ประกอบการของแต่ละธุรกิจ ขั้นตอนที่ 3 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากสถานที่จำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับในอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ได้แก่ ตลาดพลอย เคพี จิวเวลรี่ เซ็นเตอร์ และศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี และขั้นตอนที่ 4 การสุ่มตัวอย่างโดยอาสาสมัคร (Volunteer sampling) เป็นการเลือกสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในแต่ละสถานที่

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยได้ศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดนิยามและโครงสร้างของตัวแปร ทั้งนี้โครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 4 ข้อ ซึ่งทั้งหมดเป็นข้อคำถามแบบปลายปิดให้เลือกตอบ ตอนที่ 2 ศักยภาพของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 30 ข้อ ซึ่งปรับปรุงจากงานวิจัย Kabatire et al. (2007) เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ท (Likert scales) 5 ระดับ ตอนที่ 3 ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี จำนวน 15 ข้อ เป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด สำหรับทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of item Objective Congruence) ได้ค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80 -1.00 จากนั้นหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 คน แล้วนำผลการทดลองใช้มาวิเคราะห์ค่าทางสถิติด้วยเทคนิคสัมประสิทธ์อัลฟ่า (Cronbach, 1984) และตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมทั้งฉบับ เท่ากับ 0.868 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.70 สามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้ (Nunnally, 1978)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

โดยคณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแก่ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 212 คน จะแจกแบบสอบถามตามสถานที่จำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับ จำนวน 3 พื้นที่ ได้แก่ ตลาดพลอย จำนวน 165 คน เคพี จิวเวลรี่ เซ็นเตอร์ จำนวน 12 คน และศูนย์ส่งเสริมอัญมณีและเครื่องประดับจันทบุรี จำนวน 35 คน ในวันจันทร์ถึงวันพฤหัสบดี ตั้งแต่เวลา 9.00-15.00 น. รวมเป็นระยะเวลา 30 วัน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบ ด้วยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการจำแนกและแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูลของข้อมูลศักยภาพของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี สำหรับทดสอบสมมติฐาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) เพื่อค้นหาปัจจัยที่เป็นตัวพยากรณ์ที่ดีในการทำนายจากตัวแปรนำเข้า

6. ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการศึกษา คณะวิจัยได้ยึดตามกรอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 152 คน ร้อยละ 71.69 อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 84 คน ร้อยละ 39.62 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 163 คน ร้อยละ 76.89 และมีรายได้เฉลี่ยนต่อเดือนระหว่าง 30,001-50,000 บาท จำนวน 97 คน ร้อยละ 45.75

วัตถุประสงค์ที่ 1 การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรี

ศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. ศักยภาพแห่งความสำเร็จ				
1.1 การแสวงหาโอกาส	4.50	0.57	มากที่สุด	3
1.2 ความมุ่งมั่น	4.23	0.49	มากที่สุด	5
1.3 ความกล้าเสี่ยง	4.32	0.58	มากที่สุด	4
1.4 ความรับผิดชอบในงาน	4.53	0.61	มากที่สุด	2
1.5 ความต้องการใฝ่หาด้านคุณภาพ	4.57	0.59	มากที่สุด	1
รวม	4.43	0.46	มาก	
2. ศักยภาพแห่งการวางแผน				
2.1 การตั้งเป้าหมาย	4.50	0.58	มากที่สุด	1
2.2 กาวางแผน ติดตาม และประเมินผลอย่างมีระบบ	4.50	0.61	มากที่สุด	1
2.3 การแสวงหาข้อมูล	4.13	0.61	มากที่สุด	2
รวม	4.37	0.50	มากที่สุด	
3. ศักยภาพแห่งอำนาจ				
3.1 การชี้ชวน ชักนำ การมีเครือข่าย	4.28	0.67	มากที่สุด	2
3.2 ความเชื่อมั่นในตนเอง	4.37	0.54	มากที่สุด	1
รวม	4.32	0.55	มากที่สุด	
รวมทั้งหมด	4.37	0.46	มากที่สุด	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรีมีระดับศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.46) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมีระดับศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากสูงสุดไปหาต่ำสุด คือ ศักยภาพแห่งความสำเร็จ ($\bar{X}$ = 4.43, S.D. = 0.46) ศักยภาพแห่งการวางแผน ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.50) และศักยภาพแห่งอำนาจ ($\bar{X}$ = 4.37, S.D. = 0.46) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ในจังหวัดจันทบุรี

ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	อันดับที่
1. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	4.26	0.62	มากที่สุด	3
2. การสร้างความแตกต่าง	4.54	0.49	มากที่สุด	1
3. การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	4.49	0.61	มากที่สุด	2
รวม	4.43	0.51	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรีมีระดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$= 4.43, S.D. = 0.51) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมีระดับศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยจากสูงสุดไปหาต่ำสุด คือ การสร้างความแตกต่าง ($\bar{X}$= 4.54, S.D. = 0.49) การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ($\bar{X}$= 4.49, S.D. = 0.61) และการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ($\bar{X}$= 4.26, S.D. = 0.62) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 3 ศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรี ผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรโดยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เนื่องจากข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ คือ ตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามต้องมีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง และความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระต้องไม่มีความสัมพันธ์กันสูงจนเกินไป (Multicollinearity) โดยข้อตกลงดังกล่าวสามารถตรวจสอบได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) จึงนำค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยทั้ง 3 ด้าน ศึกษาโดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อหาค่าการพยากรณ์การทำนายตัวแปร ได้แก่

X_1 คือ ศักยภาพแห่งความสำเร็จ

X_2 คือ ศักยภาพแห่งการวางแผน

X_3 คือ ศักยภาพแห่งอำนาจ

ตารางที่ 3

ผลการทดสอบภาวะ Multicollinearity โดยการใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของผู้ประกอบการกับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี

ศักยภาพของผู้ประกอบการ	ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (X_1)	ศักยภาพแห่งการวางแผน (X_2)	ศักยภาพแห่งอำนาจ (X_3)
ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (X_1)		0.56**	0.56**
ศักยภาพแห่งการวางแผน (X_2)			0.63**
ศักยภาพแห่งอำนาจ (X_3)			

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาจากค่า Sig (2-tailed) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และทำการทดสอบปัญหา Multicollinearity โดยการใช้ค่า Correlation Matrix เพื่อหาค่าขนาดของความสัมพันธ์เฉพาะตัวแปรอิสระเท่านั้น โดยจะวิเคราะห์จากค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด ถ้าค่าสหสัมพันธ์มีค่ามากกว่า 0.08 ขึ้นไปถือว่าตัวแปรนั้นมีความสัมพันธ์กันมาก เรียกว่า Multicollinearity (Berry and Feldman, 1985) ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าสหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80

ตารางที่ 4

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุเพื่อทดสอบศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรีโดยใช้วิธี Stepwise

ศักยภาพของผู้ประกอบการ	B	S.E.	β	*t*	*p*
ค่าคงที่ (Constant)	1.19	0.12		9.34	0.00**
ศักยภาพแห่งอำนาจ	0.27	0.04	0.34	7.72	0.00**
ศักยภาพแห่งการวางแผน	0.22	0.03	0.29	7.12	0.00**
ศักยภาพแห่งความสำเร็จ	0.13	0.034	0.15	3.57	0.00**
R^2 = 0.623, F = 165.929, Sig. = 0.000**					

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรปัจจัยศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรีมี 3 ปัจจัย ซึ่งเรียงลำดับการส่งผล ดังนี้ ศักยภาพแห่งอำนาจ (B = 0.271, t = 7.728) ศักยภาพแห่งการวางแผน (B = 0.222, t = 7.123) และศักยภาพแห่งความสำเร็จ (B = 0.128, t = 3.577) โดยปัจจัยดังกล่าวนั้นมีผลต่อต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ หมายความว่า ถ้าผู้ประกอบการมีศักยภาพเพิ่มขึ้น จะทำให้ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเพิ่มขึ้นเช่นกัน ดังนั้น ความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้ร้อยละ 62.3 จากการวิเคราะห์ข้างต้นสามารถนำมาเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณได้ดังนี้

$$Y = 0.271X1 + 0.22\ X2 + 0.13\ X3$$

โดย Y คือ ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

X_1 คือ ศักยภาพแห่งอำนาจ

X_2 คือ ศักยภาพแห่งการวางแผน

X_3 คือ ศักยภาพแห่งความสำเร็จ

7. อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับศักยภาพโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านศักยภาพแห่งความสำเร็จ อาจเป็นเพราะการประกอบธุรกิจอัญมีและเครื่องประดับ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีความเชื่อมั่นและความกระตือรือร้นต่องานที่ทำและสามารถแก้ไขปัญหาในการทำงานเพื่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rotter (1996) กล่าวว่าความเชื่ออำนาจในตนคือ ความคิดที่เชื่อว่าความสำเร็จความล้มเหลวหรือความเป็นไปได้จริงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับตน

เป็นผลมาจากความสามารถทักษะหรือการกระทำของตนเองบุคคลที่มีความเชื่ออำนาจในตนเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้นและเมื่อประสบความล้มเหลวจะมีความพยายามปรับปรุงพัฒนาความสามารถและการกระทำของตนอยู่เสมอเพื่อให้ประสบความสำเร็จ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการมีระดับความสามารถในการแข่งขันโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะการสร้างความแตกต่าง อาจเป็นเพราะธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับมีการเปลี่ยนแปลงของตลาดอย่างรวดเร็ว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโยลีที่เข้ามา ซึ่งแนวคิด Barney (1991) ทฤษฎีฐานทรัพยากรทางธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ในการขับเคลื่อนธุรกิจให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งนั้น การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ความมีนวัตกรรมหรือการบริการทำให้เกิดศักยภาพต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อีกทั้งการสร้างความแตกต่างจะให้ความสำคัญการสร้างผลิตภัณฑ์ของธีนกิขมีความแตกต่างอย่างมีคุณค่า การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ลอกเลียนแบบได้ยาก และผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเหนือคู่แข่ง (นิตยา สุภาภรณ์, 2564)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 ศักยภาพของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ จังหวัดจันทบุรี พบว่า

1. ศักยภาพแห่งอำนาจส่งผลต่อความสามารถการแข่งขันของธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีจังหวัดในจันทบุรี อาจเป็นเพราะปัจจุบันธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับต่างพยายามส่งเสริมและยกระดับการค้า ตลอดกระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการรวมกลุ่มทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและเสริมเติมเต็มกัน เป็นตัวช่วยขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาเครือข่าย โดยการใช้พลังข้อมูลความรู้ช่วยในการสร้างและพัฒนาครือข่าย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแนวคิดของ Maiese (2011) ที่อธิบายว่า เครือข่ายเป็นแหล่งสร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารการเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันโดยผ่านการติดต่อโดยตรงระหว่างบุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ที่ร่วมเป็นเครือข่ายและผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งการเชื่อมโยงทางสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสมาชิกที่มีทักษะการสื่อสารที่ดีและมีความรู้ที่ดีเกี่ยวกับช่องทางการสื่อสารจะเป็นตัวช่วยทำให้เครือข่ายมีการเชื่อมโยงกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การศึกษาของ Ryan and Haslam (2005) กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่มีเชื่อมั่นในตนเองจะเป็นผู้ที่มีกำลังใจให้กับตนเองสูง ไม่เกรงกลัวที่จะต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคหรือสิ่งท้าทายจึงมีโอกาสสูงที่จะบรรลุเป้าหมายตามที่วางไว้ และการศึกษาของ Delmar (1996) พบว่า พฤติกรรมการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการแบบมืออาชีพมีอิทธิพลต่อการเติบโตของธุรกิจ

2. ศักยภาพแห่งการวางแผนส่งผลต่อความสามารถการแข่งขันของธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีจังหวัดในจันทบุรี อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับต้องกำหนดราคา การเจียระไน การขึ้นรูปตัวเรือนเครื่องประดับให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับในด้านต่าง ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องมีตั้งเป้าหมายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและเป้าหมายนั้น ผู้ประกอบการได้ประเมินตนเองแล้วว่าใกล้เคียงกับความเป็นจริงและมีความสามารถที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในงานนั้น ๆ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการคอยหมั่นหาข้อมูลด้านราคาอัญมณีและเครื่องประดับขึ้นลงตามราคาตลาดกลางแจ้งกับลูกค้า (ชุลีวรรณ โชติวงษ์และจุฑารัตน์ ปิณฑะแพทย์, 2563) สอดคล้องกับการศึกษาของพีรพงษ์ กนกเลิศวงศ์ และวรเดช จันทรศร (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารกิจการอัญมณีและเครื่องประดับไทย พบว่า ความสำเร็จของการบริหารกิจการอัญมณีและเครื่องประดับไทยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการอัญมณีและเครื่องประดับไทย ดังนั้นในด้านการบริหารอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับจำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพให้สามารถเป็นผู้ประกอบการให้เป็นมืออาชีพเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้วย

3. ศักยภาพแห่งความสำเร็จส่งผลต่อความสามารถการแข่งขันของธุรกิจเครื่องประดับอัญมณีจังหวัดในจันทบุรี อาจเป็นเพราะการประกอบธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับในปัจจุบันมีอุปสรรคข้อนข้างมากทั้งในเรื่องของพฤติกรรมของผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลง

ของเทคโนโลยี ซึ่งผู้ประกอบการจึงต้องมีความพยายามทำงานทุกอย่างให้เกิดความสำเร็จและติดตามผลการดำเนินงานเพื่อพิจารณาข้อบกพร่องและแก้ไขปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสมทบ แก้วเชื้อ และสมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2562) กล่าวว่า ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ คือ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้กระหายในความสำเร็จมุ่งมั่นที่จะทุ่มเทสติปัญญาพลังความสามารถ ความมุมานะทั้งหมด เพื่อทำงานทุกอย่างให้บรรลุผลสำเร็จ

8. องค์ความรู้ที่ได้รับ

การวิจัยนี้ค้นพบว่า ศักยภาพผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในจังหวัดจันทบุรีส่งต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยผู้ประกอบการที่มีศักยภาพด้านการสร้างเครือข่ายและศักยภาพด้านการวางแผนสูง จะมีความสามารถในการแข่งขันสูงด้วย หากผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง อย่างรอบด้านทั้งปัจจัยภายในตัวตนผู้ประกอบการและปัจจัยภายนอกของผู้ประกอบการ โอกาสและอุปสรรคในการประกอบธุรกิจการค้าได้มากและถูกต้องแม่น ยิ่งทำให้ผู้ประกอบการรู้จักตนเองได้ดียิ่งขึ้น

9. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านศักยภาพแห่งอำนาจนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและสนิทแนบแน่นให้เกิดขึ้นระหว่างสมาชิกในกลุ่มมากยิ่งขึ้นด้วยการสร้างกระบวนการเรียนรู้ในกิจกรรมที่หลากหลายและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ซึ่งกันและกันอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ กลุ่มผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับจังหวัดจันทบุรีควรมีการเชื่อมโยงเครือข่าย และภาคีหนุนเสริมทั้งภายในจังหวัดและเครือข่ายนอกที่ครอบคลุมกระบวนการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อการจัดการอย่างยั่งยืน

2. ด้านศักยภาพแห่งการวางแผนนั้น ผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับควรนำเทคโนโลยี/นวัตกรรมมาใช้ในการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการในองค์กรเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจที่นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ มักจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่าคู่แข่งที่ไม่ได้ใช้การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำไปจนถึงกิจกรรม ปลายน้ำ

3. ด้านศักยภาพแห่งความสำเร็จนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ คือ ศักยภาพของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาคุณลักษณะของผู้ประกอบการของตนให้ดียิ่งขึ้น โดยเฉพาะคุณลักษณะของการต้องการใฝ่หาคุณภาพ และการแสวงหาโอกาส

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการพัฒนารูปแบบศักยภาพของผู้ประกอบการอัญมณีและเครื่องประดับในเชิงปฏิบัติการ

2. ควรเพิ่มเติมรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพไม่ว่าจะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมระดมความคิด หรือการวิเคราะห์เอกสาร เพื่อให้ข้อมูลที่หลากหลายมุมมองและประเด็นของปัญหาชัดเจนมากขึ้น

รายการอ้างอิง

กฤตติยา สัตย์พานิช, ทัศนัย ขัตติยวงษ์ และธีรวุฒิ สุทธิประภา. (2563). การศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตการค้าชายแดนภาคตะวันออกเพื่อเพิ่มความสามารถการแข่งขัน. *วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 14*(3), 128-135.

ชุลีวรรณ โชติวงษ์ และจุฑารัตน์ ปิณฑะแพทย์. (2563). การพัฒนารูปแบบศักยภาพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมพลอยในยุคดิจิทัล. *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, 30*(4), 707-716.

ติ๋ม มณีคำ. (2560, 21 ธันวาคม). *ศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลในการบริหารจัดการธุรกิจ กรณีศึกษา : กิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแขวงบอลิคาไชย สาธารณรัฐ.* https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_ubu/article/view/85796/68239.

นิตยา สุภาภรณ์. (2564). ความสามรถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี, *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 7*(2), 43-52.

ปรียานันท์ โพธิ์ศิรวัฒน์ พิชา วิสิทธิ์พานิช และ ภัทราพร ตึกขาว. (2565). แนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครสวรรค์. *วารสารรามคำแหง, 5*(3), 75-91.

พีรพงษ์ กนกเลิศวงศ์ และวรเดช จันทรศร. (2560). การบริหารกิจการอัญมณีและเครื่องประดับไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทริน์เอเชีย, 7*(3), 331-340.

รสดา เวษฎาพันธุ์. (2563). การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันและแนวทางการพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับของประเทศไทย. ใน *การประชุมวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 58* (183-193 น.). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทยสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ, 11*(1), 2148-2167.

สมทบ แก้วเชื้อ และสมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2562). ความสำเร็จของการขายสินค้าออนไลน์ประเภทเครื่องสำอางของนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 4*(2), 26-33.

อัครเดช ฐิศุภกร, สยมภู หาญภักดีสกุล และศิรประภา เจริญวงศ์ ฆ้องเลิศ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อผู้ประกอบการในการตัดสินใจซื้ออัญมณี ตลาดพลอยจันทบุรี. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติวิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 8* (670-667 น.). นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management, 17*(1), 99-120.

Cunningham, J. B. and Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of Small Business Management. 29*, 45-61.

Dess, G. G., Lumpkin, G. T., and Taylor, M. L. (2005). *Strategic management: Creating competitive advantage.* McGraw-Hill.

Delmar, F. (1996). *Entrepreneurial behavior and business performance.* Dissertation for the Doctor's Degree in Philosophy. Stockholm School of Economics.

Frese, M. (2000). *Success and failure of Mechlien Owners in Africa.* Greenwood.

Hisrich, M. P. (2002). *Entrepreneurship* (5th ed.). Mc Graw-Hill

Hodgetts, R. M. and Kuratko, D. F. (2001). *Effective small business management* (2nd ed.). Harcourt Brace Jovanovich Inc.

Kabatire, I. S., Mutyaba, S. V. and Mcbay, B. W. (2007). *Entrepreneurship skills.* Netsoft.

Lambing, A. and Kuehl, C. R. (2003). *Entrepreneurship* (3rd Ed.). Pearson Education Inc.

Lechner, C., and Gudmundsson, S. V. (2014). Entrepreneurial orientation, firm strategy and small firm performance. *International Small Business Journal, 32*(1), 36-60.

Lohaus, D. and Kleinmann, M. (2002). *Analysis of Performance Potential.* Wiley.

Maiese, M. (2011). *Embodiment, emotion, and cognition.* Palgrave Macmillan.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory.* McGraw-Hill.

Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitor.* Free Press.

Rotter, J. B. (1996). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied, 80*, 1-28.

Ryan, M. K. and Haslam, S. A. (2005). The Glass Cliff: Evidence that Women are Over-Represented in Precarious Leadership Positions. *British Journal of Management, 16*(2), 81–90.

Yamane, T. (1973). Statistics : An introductory analysis (2rd ed). Harper and Row.