

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Competitive Advantage of Entrepreneurs and Small and Medium
Enterprises in Bangkok

¹นิวัฒน์ วิจิตรกุลสวัสดิ์, ²บวรลักษณ์ เสนาะคำ, ³ริญาภัทร์ ปยุตวรเศรษฐ์ และ
⁴สายใจ แจ้งสุทิมล

¹Niwarat Wijitkulsawat, ²Bouvonluck Sanohkham, ³Rinyapat Payutvorased and
⁴Saijai Jangsutimal

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

Graduate School Rattana Bundit University, Thailand.

E-mail: ¹niwarat_w@rbac.ac.th, ²bouvonluck_s@rbac.ac.th, ³rinyapat_p@rbac.ac.th, ⁴saijai_j@rbac.ac.th

Received January 5, 2024; Revised February 19, 2024; Accepted February 21, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน, ศึกษาปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และศึกษาปัจจัยของสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลรูปแบบธุรกิจบริษัทจำกัด จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้วิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ประกอบการที่มีอายุ อายุกิจการ ระดับการศึกษา เงินลงทุน แหล่งที่มาของเงินทุนแตกต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันไม่ต่างกัน ยกเว้นเพศที่ต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าที่จะแข่งขันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงสุด และด้านที่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ตามลำดับ โดยมีความสามารถร่วมกันพยากรณ์ ร้อยละ 65.30

3. สภาพแวดล้อมภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรมส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงสุด และด้านที่ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ โดยมีความสามารถร่วมกันพยากรณ์ ร้อยละ 71.80

ข้อค้นพบจากงานวิจัยคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องกล้าที่จะแข่งขันกล้าเปิดตัวนำสิ่งใหม่เข้าสู่ตลาดการแข่งขัน โดยประยุกต์ผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบบริการให้เข้ากับสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจเพื่อการดำเนินกิจการของตนเองให้สำเร็จและได้เปรียบคู่แข่งในธุรกิจ

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมภายนอก; คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ; ความได้เปรียบในการแข่งขัน

Abstract

This article aims to study differences in demographic characteristics of entrepreneurs that affect their competitive advantage. Study factors of entrepreneurial characteristics that affect competitive advantage. and study the factors of the external environment that affect the competitive advantage of small and medium enterprises in Bangkok. The sample group was 400 SME entrepreneurs registered as legal entities with a limited company business form. The research tool was a questionnaire. The data were analyzed using descriptive and inferential statistics. The research results found that; -

1. Entrepreneurs with different ages, years of business, education levels, investment capital, and sources of capital have different competitive advantages. Except that different genders have different competitive advantages of entrepreneurs of small and medium-sized enterprises. Statistically significant at the .05 level.

2. Characteristics of being an entrepreneur the aspect of courage to compete has the highest impact on the competitive advantage of small and medium enterprise operators. and the side with the least average value is in terms of having autonomy in management, respectively, with the ability to jointly forecast 65.30 percent.

3. The external social and cultural environment has the highest impact on the competitive advantage of SMEs. The area with the lowest average value is the economic aspect, respectively, with a shared forecasting ability of 71.80 percent.

The findings from the research are small and medium enterprise entrepreneurs must dare to compete and dare to introduce new things into the competitive market. By adapting products or service formats to the society and culture of the target group of the business to successfully operate their own business and gain an advantage over competitors in the business.

Keywords: Small and Medium Enterprises; External environment; Entrepreneurship; Competitive Advantage

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นพลังสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจไทย เป็นเสมือนฟันเฟืองที่ทำให้ประเทศเดินไปข้างหน้า ช่วยบรรเทาปัญหาความแออัดจากการเติบโตของสังคมเมือง กระจายความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาค เป็นการสร้างงานสร้างอาชีพและเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) การดำเนินวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ต้องได้รับการแก้ไข เพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้มีความก้าวหน้าสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ เช่น ปัญหาด้านการตลาด เงินทุน แรงงาน ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต ข้อจำกัดการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ส่งผลอย่างมากในการประสบความสำเร็จ และการระบาดของไวรัสโควิด 2019 มีส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่ตัดสินใจเลิกดำเนินกิจการ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

กิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) มีบทบาทในการพัฒนาและสนับสนุนการเติบโตในด้านต่างๆ มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ หากพิจารณาจำนวนวิสาหกิจและปริมาณการจ้างงานจะพบว่า SME มีจำนวนถึงร้อยละ 99.5 ของวิสาหกิจโดยรวมและร้อยละ 71.7 ของการจ้างงานทั้งระบบ มีส่วนสนับสนุน GDP ถึง 5.38 ล้านบาท เพื่อให้ธุรกิจ SME มีความเข้มแข็ง ยืดหยุ่น และสามารถปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างยั่งยืนภายใต้บริบทใหม่ จำเป็นต้องเร่งพัฒนา ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ ยกระดับทักษะแรงงาน สมัยใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล การพัฒนามาตรฐาน และช่องทางการตลาด สมัยใหม่ทั้งในประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการศึกษาถึงอิทธิพลที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยชี้แนะหรือสามารถนำไปใช้ในการดำเนินกิจการ ความสำเร็จของผู้ประกอบการเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพของกิจการในการพัฒนาธุรกิจหรือสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้โดยใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยและการแข่งขันในปัจจุบันที่มีแนวโน้มที่สูงขึ้น รวมถึงการที่องค์กรสามารถบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างผลการดำเนินงานที่เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการจะต้องหาความรู้ศึกษาข้อมูลให้รอบด้านซึ่งมีผลต่อการดำเนินกิจการอย่างรอบด้าน และจำเป็นที่จะต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อวิเคราะห์และนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ของธุรกิจซึ่งจะนำมาสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันและความสำเร็จได้ นอกจากนี้การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจแล้วปัจจัยที่จะนำพาองค์กรให้ไปสู่ความสำเร็จได้

จากที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อทำความเข้าใจและประเมินสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อธุรกิจได้อย่างถูกต้อง และช่วยในการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการแข่งขันการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ จึงควรศึกษาว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งด้านเงินทุน, ทรัพยากรมนุษย์, นวัตกรรม, การตลาด, การเมือง, และเทคโนโลยี โดยศึกษาปัจจัยเหล่านี้ว่าส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครอย่างไร ผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นข้อเสนอเป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจให้สามารถสร้างความเจริญเติบโตและประสบความสำเร็จในการดำเนินกิจการและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สามารถทำให้องค์กรก้าวหน้าทันการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาให้องค์กรธุรกิจมีความมั่นคงยั่งยืนมากขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความ ได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยของสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลความได้เปรียบในการแข่งขัน ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 มาตรา 3 ระบุว่าวิสาหกิจ คือ กิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ กิจการค้าส่ง กิจการค้าปลีก หรือกิจการอื่นตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษา กำหนด (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2563)

รูปแบบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แบ่งเป็น 1) บุคคลธรรมดา หมายถึง บุคคลทั่วไปที่มีชีวิตอยู่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 15) 2) คณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ 3) ห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีใช้นิติบุคคล หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ 4) ห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกันโดยหุ้นส่วนทุกคนไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ 5) ห้างหุ้นส่วนจำกัด หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกันหุ้นส่วนมีทั้งที่จำกัดความรับผิดและไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ 6) บริษัทจำกัด หมายถึง บุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปมาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดในหนี้ต่าง ๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุนและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ และ 7) วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการ หรือการอื่นที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพัฒนาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

Miller (1983) กล่าวว่า คุณลักษณะผู้ประกอบการ คือ พฤติกรรม ค่านิยม ความเชื่อ ที่แสดงออกในการดำเนินธุรกิจเป็นปัจจัยการดำเนินงานการเจริญเติบโตรวมถึงความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้ประกอบการจะต้องมีคุณลักษณะเฉพาะของการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก

Dess et al. (2005) เสนอมิติของความสามารถของผู้ประกอบการ 5 ด้าน คือ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) หมายถึง ความตั้งใจและความสามารถในการหาหนทางสร้างโอกาส 2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง ความคิดริเริ่มเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ และเทคโนโลยีใหม่ๆ 3) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) หมายถึง ความกล้าที่จะเสี่ยง 4) ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ (Proactiveness) หมายถึง ความสามารถในการควบคุม คาดการณ์สถานการณ์ คาดเดาการเปลี่ยนแปลงในอนาคต 5) ความแกร่งในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) หมายถึง ความมุ่งมั่นพยายามให้กิจการมีความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

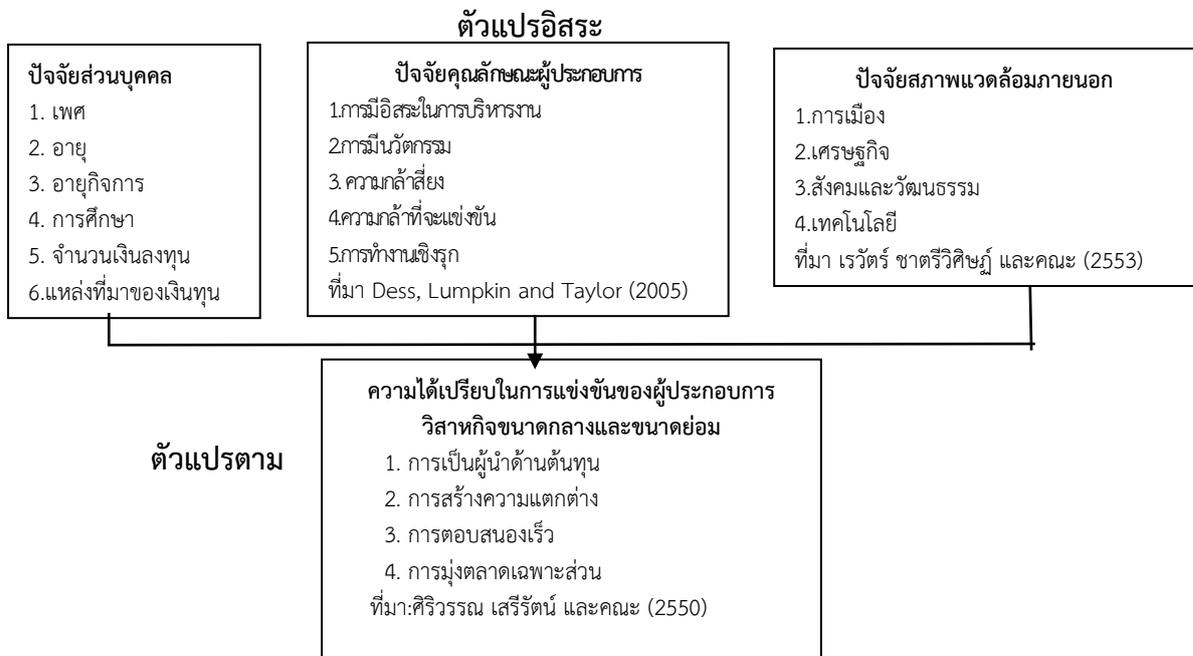
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นปัจจัยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ มีความสำคัญเนื่องจากมีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป สภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย 1. ด้านการเมือง (Political Factor) นโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ให้สังคมที่ต้องปฏิบัติตาม ใช้ตัดสินใจในการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อนำมาสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน (ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, 2552) 2. ด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor) ระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นเครื่องบ่งชี้ให้เห็นถึงปริมาณ การใช้ทรัพยากรและขับเคลื่อนกระบวนการทางธุรกิจทั้งภายในและระหว่างในองค์กร คือ วิกฤตการณ์เงินเพื่อ อัตราดอกเบี้ย ภาวะการว่างงาน อำนาจในการซื้อของผู้บริโภค อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา และปัจจัยอื่น ๆ ที่จะส่งผลต่อการดำเนินงาน รายได้ และผลกำไร ผู้ประกอบการควรพิจารณาและติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน (สุพิศ รัตนวิชา, 2565) 3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social and Culture Factor) ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมที่ในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน รูปแบบการดำเนินชีวิต

ของคนในสังคม ค่านิยม ทัศนคติ ความต้องการและลักษณะของคนในสังคม ลักษณะเกี่ยวกับประชากร จำนวนประชากร พฤติกรรมทางด้านศาสนา และความเชื่อ ล้วนมีผลต่อผลิตภัณฑ์และบริการขององค์การธุรกิจที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป (ศรีบังอร รัตนวงศ์สวัสดิ์ และศรีณย์ ธิติลักษณ์, 2564) 4. ด้านเทคโนโลยี (Technology Factor) เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้าอยู่เสมอ มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ต้องคำนึงถึงปัจจัยเทคโนโลยีโดยนำมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย ทั้งด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ในการดำเนินงาน เพื่อการแข่งขันจนเป็นผลทำให้ได้เปรียบในการแข่งขันได้ (ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร, 2552)

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยด้านปัจจัยคุณลักษณะผู้ประกอบการ ตามแนวคิด Dess, Lumpkin and Taylor (2005) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ตามแนวคิดของเรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ (2553) และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ตามแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2550) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ กรุงเทพมหานคร ประชากร คือ ผู้ประกอบการ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลรูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัดกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และยังคงดำเนินกิจการอยู่ โดยมีทั้งสิ้น 255,380 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2566) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณตามวิธีของ Yamane (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการ SMEs ที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลรูปแบบธุรกิจ บริษัทจำกัดกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำนวน 400 ราย ใช้วิธีการคัดเลือกแบบอาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยมีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยเท่ากับ 0.95 รวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายนถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 นำข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐานคือค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1. การเปรียบเทียบความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอายุ อายุกิจการ ระดับการศึกษา จำนวนเงินลงทุน แหล่งที่มาของเงินทุนที่แตกต่างกัน มีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำแนกตามปัจจัยลักษณะประชากรศาสตร์

สมมติฐานการวิจัย	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1. ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน	.033 (โดยใช้สถิติ T-Test Independent)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
2. ผู้ประกอบการที่มีอายุต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน	= .566 (โดยใช้สถิติ One-way ANOVA)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
3. ผู้ประกอบการที่มีอายุกิจการต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน	.232 (โดยใช้สถิติ One-way ANOVA)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
4. ผู้ประกอบการที่มีการศึกษาต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน	.312 (โดยใช้สถิติ One-way ANOVA)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
5. ผู้ประกอบการที่มีจำนวนเงินลงทุนต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน	.868 (โดยใช้สถิติ One-way ANOVA)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย
6. ผู้ประกอบการที่มีแหล่งที่มาของเงินลงทุนต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน	.127 (โดยใช้สถิติ One-way ANOVA)	ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2. ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าที่จะแข่งขัน ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ตามลำดับ โดยปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการทั้ง 5 ด้าน มีความสามารถร่วมกันพยากรณ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ร้อยละ 65.30 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	SE.	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	.838	.128		6.545	.000**
ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน	.118	.038	.136	3.066	.002*
ด้านการมีนวัตกรรม	.150	.038	.176	3.963	.000**
ด้านความกล้าเสี่ยง	.120	.041	.139	2.935	.004*
ด้านความกล้าที่จะแข่งขัน	.277	.042	.325	6.543	.000**
ด้านการทำงานเชิงรุก	.143	.033	.177	4.347	.000**

R = .811^a, R² = .657, Adj. R² = .653, SE = .29036, F = 151.032, p-value = .000^b * Durbin-Watson = 2.018

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงสุด รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทั้ง 4 ด้าน มีความสามารถร่วมกันพยากรณ์ความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร้อยละ 71.80 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	p-value
	B	SE.	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	.487	.122		3.998	.000**
ด้านการเมือง	.101	.022	.142	4.586	.000**
ด้านเศรษฐกิจ	.079	.037	.092	2.157	.032*
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	.369	.043	.403	8.626	.000**
ด้านเทคโนโลยี	.346	.035	.363	9.823	.000**

R = .849^a, R² = .721, Adj. R² = .718, SE = .26234, F = 251.701, p-value = .000^b * Durbin-Watson = 1.832

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการที่มีเพศต่างกันมีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยด้านอายุ อายุกิจการ ระดับการศึกษา จำนวนเงินลงทุน แหล่งที่มาของเงินทุนที่แตกต่างกัน มีความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างด้านสรีรวิทยาส่งผลให้มีความแตกต่างด้านพฤติกรรม การแสดงออกของเพศหญิงจะผ่านทางสี

หน้า คำพูด จดจำรายละเอียดต่อเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้มากกว่าเพศชาย ส่งผลให้จดจำรายละเอียด มีอารมณ์ร่วมกับการใช้กลยุทธ์การตลาดและดึงดูดความสนใจผู้บริโภคทั้งในตัวผลิตภัณฑ์การส่งเสริมการขายการโฆษณาได้ดีกว่าเพศชายจึงทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับคณิศร อุ๋นแสงจันทร์ (2564) เสนอว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และกลยุทธ์ธุรกิจของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับสุวิมล มธูรส (2564) เสนอว่า ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลมีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าที่จะแข่งขันส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านการมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านการมีอิสระในการบริหารงานตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าการแข่งขันกันในเรื่องนั้นผู้ประกอบการต้องมีความท้าทายด้านความรู้ความสามารถ สิ่งที่จะแข่งขันกันในเรื่องธุรกิจล้วนเป็นเรื่องที่มีความเสี่ยงทุกจังหวะ ผู้ประกอบการจึงพยายามหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป หาหนทางที่มีความเสี่ยงปานกลางความเสี่ยงระดับนี้ได้มีการประเมินแล้วต้องเป็นสิ่งที่ไม่เกินความสามารถที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ โดยหาทางเลือกไว้หลายทาง เช่น การลงทุนธุรกิจจำเป็นจะใช้เวลาศึกษาวางแผนการตลาด เลือกระบบการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ เงินลงทุน หลักการบริหารพร้อมทั้งคำนวณผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนโยบายของรัฐ โดยศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วค่อยตัดสินใจและพร้อมที่จะเผชิญกับปัญหาผู้ประกอบการที่ต้องการชัยชนะ ได้เปรียบผู้ประกอบการอื่น ๆ ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งนี้ปัจจัยความกล้าที่จะแข่งขันจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สอดคล้องกับณัฐวดี แสนขันศิริโรจน์ สุมาลี รามัญ (2563) เสนอว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่อยู่ในฐานะตัวแปรต้นกลางที่เชื่อมโยงระหว่างความสามารถของผู้ประกอบการสู่ผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยมีค่าขอบเขตล่างเท่ากับ 0.349 และขอบเขตบนเท่ากับ 0.602 สอดคล้องกับพัชรมน ฐระธรรมานนท์ (2564) เสนอว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้และความใส่ใจในความสำเร็จส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ผู้ประกอบการที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้และด้านความใส่ใจในความสำเร็จ สอดคล้องกับโอนมา ภาคสุทธิ, ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์, และประสาร มาลากุล ณ อยุธยา (2564) เสนอว่า การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบการกิจการต้องใช้ทั้งความสามารถในการบริหารจัดการและความสามารถทางความคิด ต้องมีความเชื่อและความศรัทธาในตนเองในการนำพากิจการไปสู่เป้าหมาย ต้องมีความกล้าที่จะแข่งขัน ต้องก้าวข้ามอุปสรรคทางความคิด ต้องฝึกจิตใจให้เข้มแข็งแม้ต้องเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ ก็สามารถให้กำลังใจตนเองให้เกิดความมุ่งมั่น สามารถยืนหยัดสู้ต่อไปได้อย่างไม่หวั่นไหว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรมส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงสุด รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี ด้านการเมือง และด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจและยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพื่อที่จะสามารถสร้างการทำงานที่เป็นระบบและมีความสามารถในการปรับตัวต่อสถานการณ์ทางวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมยังมีผลต่อพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์หรือ

บริการของธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับแผนธุรกิจเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าในวัฒนธรรมและสังคมที่ตนประกอบธุรกิจอยู่ การมีความสัมพันธ์ที่ดีกับสังคมและชุมชนสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและสนับสนุนธุรกิจของผู้ประกอบได้ เช่น การตอบสนองต่อความสำคัญของการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือการทำธุรกิจที่ยังคงรักษาความยั่งยืน การตอบสนองต่อปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจะช่วยให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพในท้องตลาดที่ตลอดเวลากำลังเปลี่ยนแปลง สอดคล้องศุภวรรณ คงเสมา สุภาษา บุญยงค์และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์ (2565) เสนอว่า การแข่งขันทางธุรกิจในบริบทโลกนับวันจะทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นความได้เปรียบในการแข่งขันจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อความอยู่รอด และการเติบโตของผลการดำเนินงานขององค์กร ทรัพยากรพื้นฐานขององค์กรหรือทุนองค์กรที่มีวัฒนธรรมองค์กร เป็นองค์ประกอบหลัก เป็นเงื่อนไขสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น ผู้บริหารจึงควร ตระหนักถึงการบริหารจัดการความคิด ความเชื่อ ทักษะคติและพฤติกรรม ทั้งในระดับบุคคล ระดับกลุ่ม และระดับองค์กร เพื่อให้วัฒนธรรมเหล่านั้นเข้าไปมีส่วนในการสร้างเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรให้เพิ่มขึ้น อันจะส่งผลต่อความเข้มแข็งและยั่งยืนขององค์กรในระยะยาวตลอดไป สอดคล้องศิวกร อโนริย์ (2564) เสนอว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องชนมณีธูชา กังวานศุภพันธ์และอุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ (2564) เสนอว่า สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อวิเคราะห์รายด้าน พบว่า ด้านสังคมส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านกฎหมาย ด้านเทคโนโลยี ด้านเศรษฐกิจและด้านการเมืองตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ ซึ่งเป็นปัจจัยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการศึกษาทำให้ทราบว่าผู้ที่จะได้เปรียบในการแข่งขันควรมีกระบวนการในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้ คือ 1) การวางแผนกลยุทธ์ผู้นำด้านความต่าง (Differentiation Strategy) คือ กลยุทธ์ทางธุรกิจที่ผู้ประกอบการใช้เพื่อสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนมีคุณค่าสูงขึ้นในใจของลูกค้า โดยทั่วไปแล้วกลยุทธ์นี้นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพสูง, สมราคา, หรือมีความยืดหยุ่นในการให้บริการลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น การให้บริการลูกค้าที่ทันสมัยและสะดวกสบาย, การมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งในตลาด เป้าหมายของกลยุทธ์นี้คือที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการมีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจและให้การยอมรับที่ดีขึ้นในตลาด นอกจากนี้ยังช่วยให้กำหนดราคาที่สูงกว่าคู่แข่งได้ด้วยการสร้างมูลค่าที่แตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน 2) กล้าสร้างความแตกต่าง (กล้าเสี่ยง กล้าเปิดตลาดใหม่) (Differential Strategy) คือ กลยุทธ์ที่จะเริ่มต้นโดยการสร้างสิ่งใหม่หรือการกระทำที่มีความแตกต่างจากผู้ประกอบการคู่แข่ง กลยุทธ์นี้เน้นการสร้าง ความหลากหลายและการนำเสนอสิ่งใหม่ในตลาดที่มีการแข่งขันอย่างแรงงาน เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณสมบัติที่ไม่เหมือนใคร การใช้เทคโนโลยีใหม่หรือนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือการเปลี่ยนแปลงโมเดลธุรกิจอย่างสิ้นเชิง เป้าหมายของกลยุทธ์นี้คือการสร้างความแตกต่างที่สามารถก้าวไปสู่การควบคุมตลาดหรือการเป็นผู้นำในสายงาน โดยเน้นการทำหายความเป็นอยู่ของคู่แข่งและการสร้างฐานลูกค้าที่มั่นคงใหม่ให้กับองค์กร การสร้างความแตกต่างนี้ส่วนใหญ่ต้องเสี่ยงและต้องมีความกล้าหาญในการดำเนินการเพื่อเปิดตลาดใหม่และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่สร้างขึ้น 3) เน้นสังคมวัฒนธรรมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

ของตน (social culture of customers) คือ การเน้นสังคมวัฒนธรรมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหมายถึงการให้ความสำคัญและการสร้างกลุ่มลูกค้าโดยการให้การให้ความสำคัญกับคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญต่อกลุ่มนั้นๆ ผู้ประกอบการจะมุ่งเน้นการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการและความเชื่อของกลุ่มลูกค้าในเรื่องของสังคมและวัฒนธรรม เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่เชื่อถือได้และยั่งยืนกับลูกค้า เน้นสังคมวัฒนธรรมของลูกค้าสามารถทำได้โดยการใช้ข้อมูลที่มีเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของลูกค้าในเรื่องของสังคม วัฒนธรรม ความเชื่อ และค่านิยม เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย 4) การปฏิบัติการที่พร้อมเปลี่ยนแปลง (Change Management) คือ การปฏิบัติการที่พร้อมเปลี่ยนแปลงหรือ Change Management เป็นกระบวนการหรือกลยุทธ์ที่ใช้ในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงในองค์กรหรือธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการจัดการและสนับสนุนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สามารถปรับตัวและยอมรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กระบวนการในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ

สรุป

สรุปในภาพรวมของผู้ประกอบการสมัยใหม่ต้องพร้อมที่จะเปิดตลาดใหม่ กล้าที่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่ยังไม่มีในตลาด โดยอาจเพิ่มรายละเอียดสินค้าหรือบริการที่ต่างออกไปเพียงเล็กน้อยเพื่อเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้เลือก หากนำสังคมวัฒนธรรมที่เฉพาะเจาะจงของแต่ละกลุ่มแทรกเข้าไปในสินค้าและบริการก็จะสร้างความประทับใจเป็นที่ต้องการของกลุ่มวัฒนธรรมที่ต่างออกไป และจากประสบการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 หรือฝุ่นละออง Pm 2.5 ผู้ประกอบการต้องเพิ่มการวางแผนและการปฏิบัติการที่พร้อมเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันเพื่อไม่ให้ธุรกิจต้องหยุดชะงักตนต้องปิดตัวลง หากผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจดั่งนี้ย่อมผ่านพ้นสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดและเป็นผู้ได้เปรียบทางการแข่งขันที่ประสบความสำเร็จต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ควรทำความเข้าใจด้านสังคมและวัฒนธรรมทั้งในพื้นที่ที่ธุรกิจตั้งอยู่และสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยการเปรียบเทียบในด้านสังคมและวัฒนธรรมจะช่วยให้เข้าใจความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าในท้องถิ่น สามารถปรับกลยุทธ์การตลาดและกิจกรรมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมต่อไป

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเนื่องจากปัจจัยความกล้าเสี่ยงเป็นบทบาทสำคัญในการทำให้ธุรกิจให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน การมีความกล้าเสี่ยงทำให้ธุรกิจมีโอกาสในการนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ก่อนคู่แข่งกลายเป็นผู้นำของตลาด เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบกระบวนการในการดำเนินธุรกิจที่จะส่งเสริมความได้เปรียบในการแข่งขันที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแข่งขันในธุรกิจสมัยใหม่ที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตลอดเวลาโดยควรให้ความสำคัญกับการวางแผนกลยุทธ์ผู้นำด้านความต่าง กล้าสร้างความแตกต่าง ให้ความสำคัญกับความแตกต่างของสังคมวัฒนธรรม และพร้อมสำหรับเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นตลอดเวลา สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไป ควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบธุรกิจในสังคมที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมผู้บริโภคสิ่งแวดล้อมเพื่อปรับกลยุทธ์ธุรกิจรองรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต่ำลงมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมสิ่งแวดล้อมแบบอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- คณิศร อุ่นแสงจันทร์. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 7(1), 618-629.
- ชนงกรณ์ กุณทลบุตร. (2552). *การบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- ชนมณัฐชา กังวานสุขพันธ์ และอุบลวรรณ สุวรรณภูษิต. (2564). การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษามหาวิทยาลัยบิวต์ไบรท์ ในประเทศกัมพูชา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 10(5), 111-125.
- ณัฐฉมิ แสนขันติวิโรจน์ สุมาลี รามัญ. (2563). อิทธิพลความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสามารถของผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- พัทธมน ธุระธรรมานนท์. (2564). ปัจจัยธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจเบเกอรี่บนออนไลน์(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เรวดีร์ชาติวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : อักษรเงินดี.
- ศรีบังอร รัตนวงศ์สวัสดิ์ และศรีณย์ ธิติลักษณ์. (2564). *บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีผลต่อกลยุทธ์ธุรกิจผ้าเปียก (WET WIPE) ในประเทศเมียนมาร์*(วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรังสิต
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2550). *การบริหารเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเทกซ์.
- ศิวกร อโนริย์. (2564). *ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี*(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ศุภวรรณ คงเสมา, สุภาษา บุญยงค์ และ กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2565). วัฒนธรรมองค์กร : เงื่อนไขสำคัญของการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 7(12), 378-390.
- สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (11 ธันวาคม 2566). *แผนปฏิบัติการของ สสว. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)*. สืบค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2566, จาก [https://www.sme.go.th/uploads/file/20231112-120854_download-20231102104125%20\(1\).pdf](https://www.sme.go.th/uploads/file/20231112-120854_download-20231102104125%20(1).pdf)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2563). *GDP MSME ไตรมาสแรกของปี 2563 และคาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจปี 2563*. สืบค้นเมื่อ 15 มกราคม 2566, จาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20200818155841.pdf
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *สถิติและข้อมูล*. สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.etda.or.th/digital-economy.html>
- สุทิศา รัตติวิชา. (2565). ปัจจัยทางเศรษฐกิจและความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของพนักงานรายเดือน ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID 19. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(1), 1-14.
- สุวิมล มธูรส. (2564). การจัดการศึกษาในระบบออนไลน์ในยุค NEW NORMAL COVID-19. *วารสารรัชตภาคย*, 5(40), 33 – 42.
- อโนมา ภาคสุทธิ, ผ่องพรรณ เกิดพิทักษ์ และประสาร มาลากุล ณ อยุธยา. (2564). การเสริมสร้างกรอบคิดทางจิตวิทยาการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยเอกชนเขตกรุงเทพมหานครโดยรูปแบบการให้การปรึกษากลุ่มการรู้คิด-พฤติกรรม. *วารสารการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*, 13(2), 156-179.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. (2005). The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Executive*, 19(1), 147-156.
- Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.