

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

Factors Influencing the Success of Small and Medium Business Entrepreneurs in Bangkok

¹จรรย์ภัทร์ จุฑาธรรณัญญ์, ²นัทธทัย อัครนเตชสิทธิ์, ³เตือนใจ แสงทอง และ ⁴สฤกษ์ ตะเส

¹Jareephas Juthathanan ²Nuthatai Akaratanataechasit

³Thaunjai Sangthong and ⁴Sarit Tase

คณะการจัดการธุรกิจและการเงิน มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต

Faculty of Business Management and Finance, Rattana Bundit University, Thailand.

E-mail: ¹jareephas_j@rbac.ac.th, ²nut4163@gmail.com, ³thaunjais@yahoo.com,

⁴saritase99@gmail.com

Received March 15, 2024; Revised April 21, 2024; Accepted April 28, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อเปรียบเทียบความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2565 จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ t-test, สถิติ F-test และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก 2) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เพศ อายุ อายุกิจการ ระดับการศึกษา จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน แตกต่างกัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน และ 3) ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

คำสำคัญ: ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; ความสำเร็จของผู้ประกอบการ
ธุรกิจ

Abstract

This study aimed to (1) to study the level of factors influencing the success of small and medium business entrepreneurs in Bangkok; (2) to compare the success of small and medium business entrepreneurs in Bangkok classified according to personal factors; and (3) to study the factors influencing the success of small and medium business entrepreneurs in Bangkok. This research is quantitative research. The sample group was 400 small and medium enterprise operators in Bangkok who were in the database system of the office of small and medium enterprises promotion, year 2022. A convenience sampling method was used. The research instrument was a questionnaire. Data was analyzed by using the descriptive statistics including frequency, percentage, mean, and standard deviation, and the inferential statistics including t-test, F-test, and multiple regression analysis with the statistical significance level at 0.05.

The research results found as follows;

1) The level of entrepreneurship characteristic factors and competitive advantage factors influencing the success of small and medium business entrepreneurs in Bangkok were at a high level.

2) Different personal factors of small and medium-sized business entrepreneurs in Bangkok including gender, age, and length of business, educational level, investment amount, and sources of funding influence the success of small and medium-sized business operations in Bangkok had no difference.

3) Entrepreneurial characteristics factors and competitive advantage factors influencing the success of small and medium-sized business entrepreneurs in Bangkok.

Keywords: Entrepreneurial Characteristics; Competitive Advantage; Success of Business Entrepreneurs

บทนำ

ทิศทางของเศรษฐกิจโลกปี พ.ศ. 2566-2568 ประเทศแกนหลักมีแนวโน้มชะลอตัว ท่ามกลางกระแส Deglobalization ซึ่งในระยะ 3 ปีนี้ มีแนวโน้มเติบโตชะลอลงจากร้อยละ 3.2 แม้ว่าผลเชิงลบจากโรค COVID-19 จะคลี่คลายลงแต่หลายปัจจัยยังคงกดดันเศรษฐกิจโดยเฉพาะประเด็นสงครามรัสเซีย-ยูเครน ที่นำไปสู่มาตรการคว่ำบาตรทางการค้าและวิกฤตพลังงานที่มีแนวโน้มยืดเยื้อ การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน รวมถึงการแบ่งขั้วทางเศรษฐกิจซึ่งนำโดยสหรัฐอเมริกาและจีน จะส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานโลก และอาจทำให้การทวนกระแสโลกาภิวัตน์ (Deglobalization) เข้มข้นขึ้น นอกจากนี้ การใช้นโยบายอัตราดอกเบี้ยสูง ส่งผลกระทบต่อต้นทุนและ เศรษฐกิจโลกเสี่ยงที่จะซบเซารุนแรง (วิจัยกรุงศรี, 2566)

จากพัฒนาการด้านเทคโนโลยีและนโยบายพึ่งพาตนเองมากขึ้นของหลายประเทศ การมีส่วนร่วมของประเทศต่างๆ ในห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chain: GVC) มีทิศทางลดลง โดยประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่หันมาผลิตสินค้าชั้นกลางที่เน้นการใช้เทคโนโลยีมากขึ้นแทนการนำเข้า ขณะที่ประเทศจีนก็หันมาพึ่งพา

ตนเองมากขึ้น โดยเร่งลงทุนวิจัยพัฒนาเพื่อสนับสนุนการสร้างห่วงโซ่การผลิตภายในประเทศให้ครบวงจรมากขึ้น จะส่งผลให้ต้นทุนการดำเนินงานธุรกิจเพิ่มขึ้นในระยะต่อไป (วิจัยกรุงศรี, 2566)

วิสาหกิจขนาดย่อมเป็นกลุ่มวิสาหกิจขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศไทย วิสาหกิจขนาดย่อมมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ ด้วยการสร้างผู้ประกอบการใหม่ สร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงาน รวมทั้งเป็นฐานรากของการพัฒนาที่ยั่งยืน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ GDP ของวิสาหกิจขนาดย่อมหดตัวอย่างหนักเนื่องมาจากผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ขาดสภาพคล่องจนถึงการเลิกกิจการ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) นอกจากนี้แล้วยังพบปัญหาหลายประการ ซึ่งนำไปสู่การเสียเปรียบในเชิงการค้ากับคู่แข่ง สภาพการเศรษฐกิจปัจจุบันถือเป็นสาเหตุให้เกิดการแข่งขันกันสูงมาก การดำเนินธุรกิจประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่ำ การบริหารจัดการการผลิตไม่เหมาะสม ทำให้เกิดสูญเสียในการผลิต ผลผลิตต่ำ ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งนำไปสู่สินค้าไม่มีคุณภาพและไม่สามารถแข่งขันได้ (บยส., 2566) ทั้งนี้ การเป็นผู้ประกอบการ SMEs ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงาน กลยุทธ์การตลาด คุณลักษณะของบริษัท ความเป็นผู้นำ และผลการดำเนินงานในธุรกิจอาหาร SMEs ของจีน โดยเน้นถึงความสำคัญของปัจจัยเหล่านี้ งานวิจัยนี้ตรวจสอบผลกระทบของการเป็นผู้ประกอบการ ความเป็นผู้นำ คุณลักษณะของบริษัท และกลยุทธ์การตลาดต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอาหาร SMEs ในประเทศจีน โดยมีเป้าหมายเพื่อปรับปรุงแผนการดำเนินงาน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างฐานการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพในตลาดอาเซียนและตลาดโลก (Wei, Guo, Ling, Nan, Wei, & Wunsuk, 2023) ซึ่งกรอบความคิดของผู้ประกอบการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ เช่น สถานะทางการเงิน อายุ การศึกษา และประสบการณ์การทำงาน โปรแกรมการฝึกอบรมเกี่ยวกับโมเดลธุรกิจให้ข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าเกี่ยวกับกรอบการทำงาน โครงสร้าง ผลประโยชน์ทางการเงิน และแนวทางเชิงกลยุทธ์ต่างๆ (Wang et al., 2023)

จากปัญหาที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาศักยภาพและประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้องค์กรมีความอยู่รอดและเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร
2. ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ตามแนวคิดของ Covin and Slevin (1989) และ Gregory et al. (2005) สรุปได้ว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย การมีอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) การสร้างนวัตกรรม (Innovativeness) การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk Taking) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) และความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมาศึกษาเป็นตัวแปรต้นในกรอบแนวคิด และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถาม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบในการแข่งขัน ตามแนวคิดของ Porter (1985) จากแนวคิด ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ และเป็นการพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าในหลากหลายด้านที่สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในระยะยาวในธุรกิจที่อุตสาหกรรมดำเนินงานอยู่ ประกอบด้วย การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (The Competitive Advantage) คือการที่ธุรกิจมีการพัฒนาหรือมีลักษณะในการดำเนินการที่โดดเด่น ยากที่คู่แข่งจะสามารถเลียนแบบได้ ทำให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ดีกว่าคู่แข่งคือ (1) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ในสินค้าหรือการบริการให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (2) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) เกิดจากการมุ่งเน้นการสร้าง Economic of Scope หรือความสามารถในการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรร่วมกันของภายในธุรกิจต่างๆ รวมถึงการสร้าง Economic of Scale หรือความสามารถในการผลิตในปริมาณที่มากเพื่อให้ต้นทุนต่อหน่วยต่ำลง (3) การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Focus) เป็นการกำหนดกลุ่มลูกค้าให้เล็กลงเพื่อทำความเข้าใจและเข้าถึงความต้องการลูกค้าได้อย่างแท้จริง ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้สูงสุด ซึ่งผู้ประกอบการในประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจให้มีต้นทุนต่ำหรือการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) มากกว่าการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านอื่นๆ ทั้งนี้อาจทำให้ผู้ประกอบการต้องใช้ความพยายามมากขึ้นในการจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ (Abraham, 2001) สอดคล้องกับทฤษฎีความก้าวหน้าทางการแข่งขัน (Competitive Progression Theory: CPT) ที่พัฒนาขึ้นโดย Rosenzweig and Roth (2004) ที่กล่าวถึงความสามารถในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนจะเริ่มต้นจากการที่ธุรกิจมีความสามารถในการสร้างสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับการที่เป้าหมายหลักในการดำเนินธุรกิจมุ่งแสวงหาผลกำไร คือการสร้างมูลค่าและผลกำไรให้แก่ธุรกิจ (Burman, 2006) ซึ่งให้ความสำคัญกับการรับรู้ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ก่อให้เกิดความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจและความสามารถในการบริหารจัดการมูลค่าเพื่อผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการส่งมอบสินค้าหรือบริการที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบันหรือในอนาคต สอดคล้องกับอัมพล ชูสนุก (2564) และ Annarelli, Battistella, & Nonino, (2020) ที่ได้สรุปไว้ว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์การบนพื้นฐานของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร โดยองค์การสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้ความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ ยากที่จะถูกลอกเลียนได้โดยธุรกิจอื่น ๆ ความได้เปรียบในการแข่งขันนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ และก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดี และยั่งยืนในสถานะที่มีการเปลี่ยนแปลงสูง และการแข่งขันที่รุนแรงทางธุรกิจ ซึ่งผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขัน มาศึกษาเป็นตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดในการวิจัย และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถาม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ

ความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด The Balanced Scorecard คือ การวัดและประเมินผลสำเร็จขององค์กรหรือธุรกิจ ไม่เพียงแต่จากมุมมองการค้าขายและกำไรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงมุมมองที่ส่งเสริมการพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรอย่างรอบด้าน การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเพื่อนำมากำหนดเป็นตัวแปรในการวิจัย ดังนี้ ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ ตามแนวคิดของ Siriwan et al. (2013) ได้กล่าวว่า Balance Scorecard ซึ่งประกอบด้วย 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองด้านความรู้และพัฒนาใช้วัดความสำเร็จของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำตัวแปรปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจมาศึกษาเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวคิดในการวิจัย และนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแบบสอบถาม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent variables)

ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ
 1.ด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน
 2.ด้านการสร้างนวัตกรรม
 3.ด้านการทำงานเชิงรุก
 4.ด้านความสามารถในการแข่งขัน
 5.ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง
 ที่มา: Gregory et al. (2005)

ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน
 1.ด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน
 2.ด้านการสร้างนวัตกรรม
 3.ด้านการทำงานเชิงรุก
 4.ด้านความสามารถในการแข่งขัน
 5.ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง
 ที่มา: Porter (1995), Annarell et al. (2020)

ตัวแปรตาม (Dependent variables)

ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ
 1.ด้านการเงิน
 2.ด้านลูกค้า
 3.ด้านกระบวนการภายใน
 4.ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา
 ที่มา: Siriwan et al. (2013)

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) พื้นที่วิจัยคือ กรุงเทพมหานคร ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 307,362 ราย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) จากรายชื่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อมที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานครที่อยู่ในระบบฐานข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยวิธีการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน ทั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยคำนวณได้จากสูตรการหาขนาดตัวอย่างของ Yamane (1973) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละ โดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วย 4 ส่วน เพื่อใช้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ อายุกิจการ ระดับการศึกษา จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ ด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านการเผชิญกับความเสี่ยง ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) 5 ระดับ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One Way Analysis of Variance – ANOVA) ใช้สถิติ F-test และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยในครั้งนี้ในรับการรับรองจริยธรรมการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต หมายเลขการรับรอง RBAC-EC-BUS-1-002/66

ผลการวิจัย

ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยภาพรวม

ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน	4.23	.429	มากที่สุด
ด้านการสร้างนวัตกรรม	4.04	.546	มาก
ด้านการทำงานเชิงรุก	3.98	.572	มาก
ด้านความสามารถในการแข่งขัน	4.08	.485	มาก
ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง	4.03	.535	มาก
ภาพรวม	4.07	.378	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ระดับปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และด้านความมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและค่าสถิติทดสอบปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

ตัวพยากรณ์	สัมประสิทธิ์การถดถอย		SE	t	Sig.
	B	β			
(Constant)	1.647		.125	13.174	.000*
ด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน (X_1)	.030	.032	.035	.935	.350
ด้านการสร้างนวัตกรรม (X_2)	.175	.263	.030	5.851	.000*
ด้านการทำงานเชิงรุก (X_3)	.104	.163	.028	3.769	.000*
ด้านความสามารถในการแข่งขัน (X_4)	.160	.213	.036	4.500	.000*
ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง (X_5)	.167	.245	.033	4.989	.000*

R = 0.708 ; R² = 0.502 ; Adj. R² = 0.497 ; Durbin-Watson = 1.974

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.974 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน

กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย ด้านการสร้างนวัตกรรม (X_2) ($\beta = 0.263$) ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง (X_5) ($\beta = 0.245$) ด้านความสามารถในการแข่งขัน (X_4) ($\beta = 0.213$) และด้านการทำงานเชิงรุก (X_3) ($\beta = 0.245$) ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านความเป็นอิสระในการบริหารงาน (X_1) ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.708 ซึ่งหมายถึง ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กันร้อยละ 70.80 และมีความประสิทธิภาพของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.502 หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของ “ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร” ขึ้นอยู่กับ “ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ” ร้อยละ 50.20 โดยตัวแปรทั้งหมด อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วย ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านการทำงานเชิงรุก ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเป็นไปได้ในการพยากรณ์ของตัวแปรทั้งหมดรวมกันมีความแม่นยำที่ร้อยละ 49.70 ($Adj. R^2 = 0.497$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 50.30 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.647 + 0.175(X_2) + 0.104(X_3) + 0.160(X_4) + 0.167(X_5)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.263(X_2) + 0.163(X_3) + 0.213(X_4) + 0.245(X_5)$$

ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันมี โดยภาพรวม

ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน	4.06	.543	มาก
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	4.03	.601	มากที่สุด
3. ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	3.98	.612	มากที่สุด
4. ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน	4.27	.387	มาก
ภาพรวม	4.08	.444	มาก

2.1 จากตารางที่ 3 ผลการวิจัย พบว่า ระดับปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมาคือ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ด้านการสร้างความแตกต่าง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 แสดงค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยและค่าสถิติทดสอบปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

ตัวพยากรณ์	สัมประสิทธิ์การถดถอย		SE	t	Sig.
	B	β			
(Constant)	1.718		.150	11.488	.000*
ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (X_1)	.166	.248	.032	5.148	.000*
ด้านการสร้างความแตกต่าง (X_2)	.166	.274	.032	5.156	.000*
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (X_3)	.107	.181	.031	3.420	.001*
ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (X_4)	.142	.151	.041	3.474	.001*

R = 0.706 ; $R^2 = 0.499$; Adj. $R^2 = 0.494$; Durbin-Watson = 1.893

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ค่าสถิติ Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 1.893 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์เชิงบวก โดยปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย ด้านการสร้างความแตกต่าง (X_2) ($\beta = 0.274$) ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน (X_1) ($\beta = 0.248$) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (X_3) ($\beta = 0.181$) และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (X_4) ($\beta = 0.151$) ตามลำดับ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.706 ซึ่งหมายถึง ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีความสัมพันธ์กันร้อยละ 70.60 และมีความประสิทธิภาพของการพยากรณ์ (R^2) เท่ากับ 0.499 หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงของ “ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร” ขึ้นอยู่กับ “ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน” ร้อยละ 49.90 โดยตัวแปรทั้งหมดอธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วย ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเป็นไปได้ในการพยากรณ์ของตัวแปรทั้งหมดรวมกันมีความแม่นยำที่ร้อยละ 49.40 (Adj. $R^2 = 0.494$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 50.60 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาพิจารณา ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$Y = 1.718 + 0.166(X_1) + 0.166(X_2) + 0.107(X_3) + 0.142(X_4)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$Z = 0.248(X_1) + 0.274(X_2) + 0.181(X_3) + 0.151(X_4)$$

อภิปรายผลการวิจัย

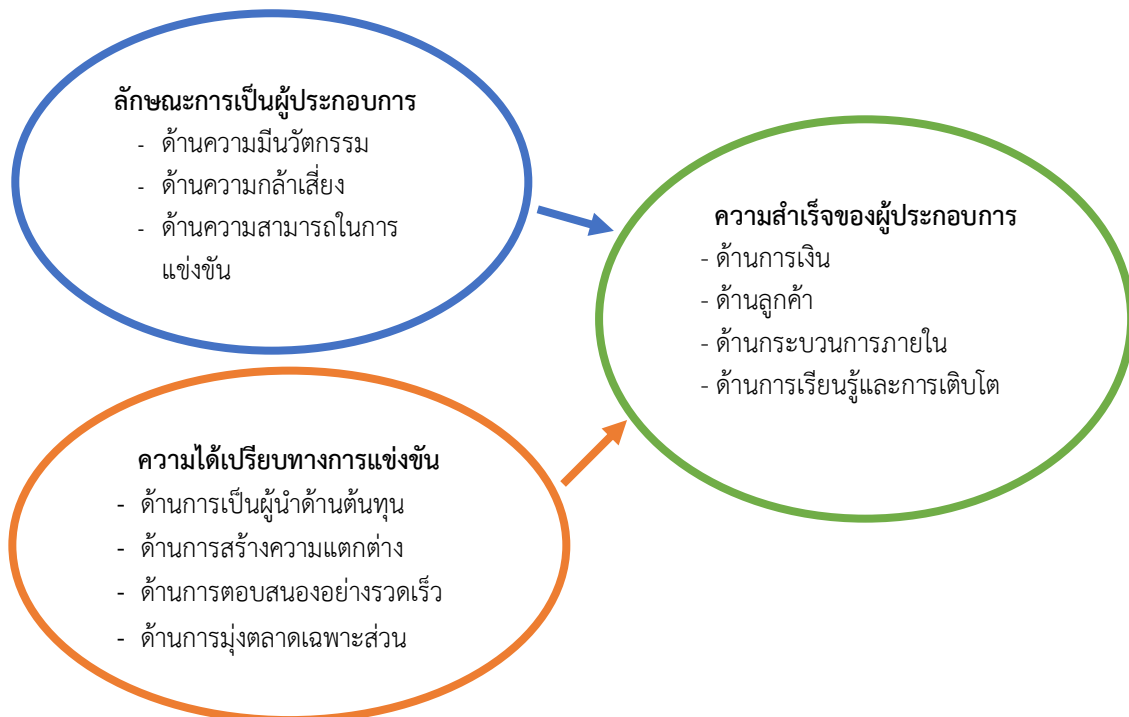
ระดับปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง และด้านการทำงานเชิงรุก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวกร อโนริย (2564) พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งประกอบด้วย ด้านการทำงานเชิงรุก ด้านการมีอิสระในการบริหารงาน ด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านความกล้าเสี่ยง และด้านการมีนวัตกรรมตามลำดับ และ ในส่วนของปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง ด้านความสามารถในการแข่งขัน และด้านการทำงานเชิงรุก ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนะพัฒน์ วิริต (2565) พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ (SMEs) จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี

ระดับปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างควม และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของวสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์ (2561) พบว่า การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยระดับการสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ ด้านกลยุทธ์ต้นทุน และด้านการสร้างควมแตกต่าง ตามลำดับ และในส่วนของปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย ด้านการสร้างควมแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวกร อโนริย (2564) พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการเป็นผู้นำ ด้านต้นทุน ด้านการสร้างควมแตกต่าง ด้านการตอบสนองเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรีและสอดคล้องกับงานวิจัยของอัมพร ชูสนุก (2564) พบว่า องค์การสามารถสร้างควมได้เปรียบในการแข่งขันจากการใช้ความสามารถที่เป็นเอกลักษณ์ ยากที่จะถูกลอกเลียนได้ โดยธุรกิจอื่น ๆ ความได้เปรียบในการแข่งขันนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์การ ที่ส่งผลต่อควมได้เปรียบในการแข่งขันและก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีและประสบความสำเร็จคือความสามารถด้านนวัตกรรม ความสามารถเชิงพลวัต ความสามารถในการบริหารควมเสี่ยง และความสามารถในการบริหารซัพพลายเออร์ ความสามารถเหล่านี้ เป็นความสามารถที่นำพาองค์การไปสู่ควมได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานประสบความสำเร็จและยั่งยืน

องค์ควมรู้ใหม่จากการวิจัย

ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านควมมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) ด้านควมกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) ด้านควมสามารถในการแข่งขัน (Competitive

Aggressiveness Orientation) และด้านการทำงานเชิงรุก (Proactive) มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) ได้แก่ การลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน การผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพลดความสูญเสียและการสิ้นเปลือง การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการรักษาและการควบคุมระดับต้นทุนของกิจการ ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ได้แก่ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) ความแตกต่างของบริการ (Service Differentiation) ความแตกต่างของช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Differentiation) ความแตกต่างการสร้างภาพที่ดีต่อลูกค้า (Relationship Differentiation) ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์และการจดจำแบรนด์ (Image/Reputation Differentiation) ความแตกต่างของราคาสินค้า (Price Differentiation) ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) ได้แก่ การตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง (Quick Response) ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบสนองต่อตลาด (Developing New Products) การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบสนองความต้องการลูกค้า (Customizing Products) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม (Improving Existing Product) ส่งมอบสินค้าและบริการได้รวดเร็วและทันเวลา (Delivery of Oder Product) ปรับปรุงทางด้านการตลาดให้เหมาะสม (Adjusting Marketing Effort) การให้คำตอบแก่ลูกค้าที่รวดเร็ว (Answering Customer Question) และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (Focus Strategy) ได้แก่ กลยุทธ์มุ่งเน้นความแตกต่าง (Focus Differentiation) เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม และกลยุทธ์มุ่งเน้นต้นทุนต่ำ (Focus Cost Leadership) เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กร ความสามารถขององค์กรที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดี เป็นความสามารถที่นำพาองค์กรไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สรุป

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการธุรกิจที่ เพศ อายุ อายุกิจการ การศึกษา จำนวนเงินลงทุน และแหล่งที่มาของเงินทุน แตกต่างกันไป มีความสำเร็จในการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ไม่แตกต่างกัน ปัจจัยที่นำมากำหนดเป็นตัวแปรต้น ได้แก่ ลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความสามารถในการแข่งขัน และการทำงานเชิงรุก มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้โดยเฉพาะปัจจัยด้านความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลสูงสุด ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีความพยายามที่จะแสวงหาความคิดใหม่ สิ่งแปลกใหม่ ที่อาจนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ นำนวัตกรรมเข้ามาพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ และสนับสนุนหรือส่งเสริมการตลาดและการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ และค้นหาวิธีการ แก้ปัญหาที่แปลกใหม่ในกิจการ

2. จากผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการสร้างแตกต่าง ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้โดยเฉพาะปัจจัยด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ประกอบการควรธุรกิจควรวางแผนในการส่งมอบสินค้าแก่ลูกค้าด้วยความรวดเร็ว ตรงตามเวลาที่นัดหมาย และหาวิธีที่จะทำให้เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดในการส่งมอบสินค้า และควรหาวิธีการเพื่อให้พนักงานตอบสนองและบริการลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการศึกษาค้างนี้มีการจำกัดขอบเขตการศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร ดังนั้นในการศึกษาค้างต่อไปควรขยาย ไปในเขตจังหวัดอื่น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกัน

2. เนื่องจากการศึกษาค้างนี้ใช้แนวคิดปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันมากำหนดเป็นตัวแปรต้นที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยพบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกิดขึ้นสามารถอธิบายได้ด้วยปัจจัยลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทั้ง 4 ปัจจัย ได้ร้อยละ 49.7 อธิบายได้ด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ทั้ง 4 ปัจจัย ได้ร้อยละ 42.1 และอธิบายได้ด้วยความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้ง 4 ปัจจัยได้ร้อยละ 49.4 แสดงว่ามีตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่ยัง สามารถอธิบายความผันแปรที่เกิดขึ้นต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปนั้นสามารถค้นหาปัจจัยอื่นๆ สำหรับใช้ในการอธิบายความผันแปรของความสำเร็จที่เกิดขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ธนพัฒน์ วิริต. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จการดำเนินธุรกิจ(SMEs)จากสภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ของผู้ประกอบการในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 6(2), 458-473.
- บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.). (2565). สถิติจำนวน SMEs ในประเทศไทย. สืบค้นจาก https://www.tcg.or.th/news_inside.php?news_id=37
- วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(1), 2148-2167.
- วิจัยกรุงศรี. (2566). แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทยปี 2566-68. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/industry-outlook-2023-2025>.
- ศิวกกร อโนริย. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว). (2565). *ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME*. สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-2022120713_5213.pdf
- สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว). (2565). *รายงานสถานภาพวิสาหกิจขนาดย่อมประเทศไทย*. สืบค้นจาก https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20221207135213.pdf
- อัมพร ชูสนุก (2564). ความได้เปรียบในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์กร: มุมมองของทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร. *วารสารลวะศรี มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี*, 5(2), 119-134.
- Abraham, H. (2001). *Motivation and Personality*. (2nd ed.) New York: Harper and Row.
- Annarelli, A., Battistella, C., & Nonino, F. (2020). Competitive Advantage Implication of Different Product Service System Business Models: Consequences Of 'Not-Replicable' Capabilities. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119-121.
- Burmann, C., & Zeplin, S. (2006). Building Brand Commitment: A Behavioural Approach To Internal Brand Management. *The Journal of Brand Management*, 12(4), 279-300.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- Gregory, G. D., Lumpkin, G. T., & Taylor, M. L. (2005). *Strategic Management Process*. (2nd ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). *Translating Strategy into Action the Balanced Scorecard*. Boston: Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Rosenzweig, E. D., & Roth, A. V. (2004). Towards A Theory of Competitive Progression: Evidence from High-Tech Manufacturing. *Production and Operations Management*, 13(4), 354-368.

- Siriwan, U. et al. (2003). The Management of The Small and Medium Enterprises to Achievement Competitive Advantage in Northern Thailand. *Conference of the International Journal of Arts & Sciences*, 6(1), 147-157.
- Wang, X., Kamkankaew, P., & Thanitbenjasith, P. (2023). An Analyzing on Entrepreneurship Development to Drive the Business Growth of The Construction Industry in Liao Ning Province, China. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews*, 3(4), 205–212.
- Wei, Q., Guo, H., Ling, Q., Nan, X., Wei, Y.C., & Wunsuk, P. (2023). The Impact of Entrepreneurship, Leadership, Business Characteristics, And Marketing Strategies on The SMEs Food Business's Performance in China. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews*, 3(4), 141–150.
- Yamane, Y. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.