

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
Business Environment Factors Influencing Competitive Advantages
of Community Enterprises in Lower Northeastern Thailand.

อาทิตยา ลาวงศ์^{1*}

Atitaya Lavong^{1*}

*Corresponding author, e-mail: atitaya.la@bru.ac.th

Received: July 15th, 2025; Revised: July 17th, 2025.; Accepted: August 22th, 2025.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ 2) ศึกษาปัจจัยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ 3) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ วิสาหกิจชุมชน จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ และสมการถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม 2) ปัจจัยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และ 3) ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น ด้านคณะกรรมการบริหาร ด้านกฎหมายและการเมือง และ ด้านเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the business environment factors, 2) to study the factors contributing to competitive advantage, and 3) to examine the relationship between business environment factors and the creation of competitive advantage of community enterprises in the Lower Northeastern Region of Thailand. The sample group consisted of 400 members of community enterprises. Data were collected using an online questionnaire. The statistical methods used for data analysis included mean, standard deviation, multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The research findings revealed that: 1) among the internal business environment factors, the highest average score was in the aspect of owners and shareholders, while among the external business environment factors, the highest average score was in the aspect of social and cultural conditions; 2) the factor contributing most to competitive advantage was responsiveness; and 3) the business environment factors owners and shareholders, executive committees, legal

¹ อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Lecturer Faculty of Management Science, Buriram Rajabhat University

and political aspects, and economic aspects were found to be significantly related to the creation of competitive advantage at the 0.05 level.

Keywords: Business environment, Competitive advantage, Community Enterprises

บทนำ

สภาพการณ์ปัจจุบันของสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีความสลับซับซ้อนและมีทิศทางที่ไม่แน่นอน จึงเป็นความท้าทายที่ผู้บริหารในฐานะผู้นำขององค์กรต้องมีข้อมูลในการวางแผนการดำเนินงาน โดยอาศัยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากทั้งภายในและภายนอกนำมาประเมินและวิเคราะห์เพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับการตัดสินใจให้กับองค์กร (Klaprabchone, K. et all, 2023) การแข่งขันทางธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจำนวนมากที่เข้าสู่ตลาดมุ่งหวังสิ่งสำคัญที่สุดคือ ความมั่นคง ในการสร้างกลยุทธ์และสร้างแนวทางการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนให้เกิดการมุ่งไปสู่การสร้างยอดขาย การบริการ การลดต้นทุน และสร้างผลกำไรจากการขาย (UNCTAD, 2017)

การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นขั้นตอนที่สำคัญขั้นตอนหนึ่งในกระบวนการวางแผนกลยุทธ์องค์กรจำเป็นต้องวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ เพื่อที่จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความเป็นไปของสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน (Saipang, J. & Chuasawan, S., 2021) ด้วยเหตุนี้จึงต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเพื่อเป็นเครื่องมือที่ช่วยชี้แนะในการดำเนินกิจการในการบริหารจัดการที่ดีและมีประสิทธิภาพของกิจการหรือสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยใช้ความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการให้ธุรกิจดำเนินกิจการต่อไปได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยและการแข่งขันสูงและการบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างเหมาะสม ควบคู่ไปกับการสร้างผลการดำเนินงานที่เติบโตได้อย่างต่อเนื่อง (Wijitkulsawat, N. et all, 2024)

การดำเนินวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดต่าง ๆ ที่ต้องได้รับการแก้ไข เพื่เพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น ปัญหาด้านการตลาด เงินทุน แรงงาน ฯลฯ และข้อจำกัดการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล ส่งผลอย่างมากในการประสบความสำเร็จ (ISMED, 2022) รัฐบาลจึงได้มีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 มุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง โดยใช้วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการ ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงเป็นพลังสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตในทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจไทย ช่วยบรรเทาปัญหาความแออัดจากการเติบโตของสังคมเมือง กระจายความเจริญไปสู่ส่วนภูมิภาค สร้างงาน สร้างอาชีพ และเป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น (CEPD, 2024)

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 หรือนครชัยบุรีรินทร์ เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่ตั้งอยู่ในกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ โดยทั่วไปแล้ววิสาหกิจในเขตนครชัยบุรีรินทร์มีลักษณะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (MOI, 2023) แต่ปัญหาที่ผ่านมาคือ การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา รวมถึงปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคม ล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ ดังนั้นการดำเนินธุรกิจด้วยการปรับตัวให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง จึงเป็นทางออกสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ และเป็นความท้าทายที่ทำให้กลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องเรียนรู้และเตรียมพร้อมรับมือ (Prasit, C. & Chaiprasit, K., 2018)

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เพื่อพัฒนาให้แก่องค์กรความรู้ใหม่ นำผลการวิจัยไปวางแผนการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชนเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์ ยกระดับสู่ประเทศให้มีการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและสามารถแข่งขันได้ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงรวมถึงการเติบโตได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ดังกล่าว
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

สมมติฐานของการวิจัย

H₁ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

H₂ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านคณะกรรมการบริหาร มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

H₃ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านพนักงาน มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

H₄ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านวัฒนธรรมองค์กร มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

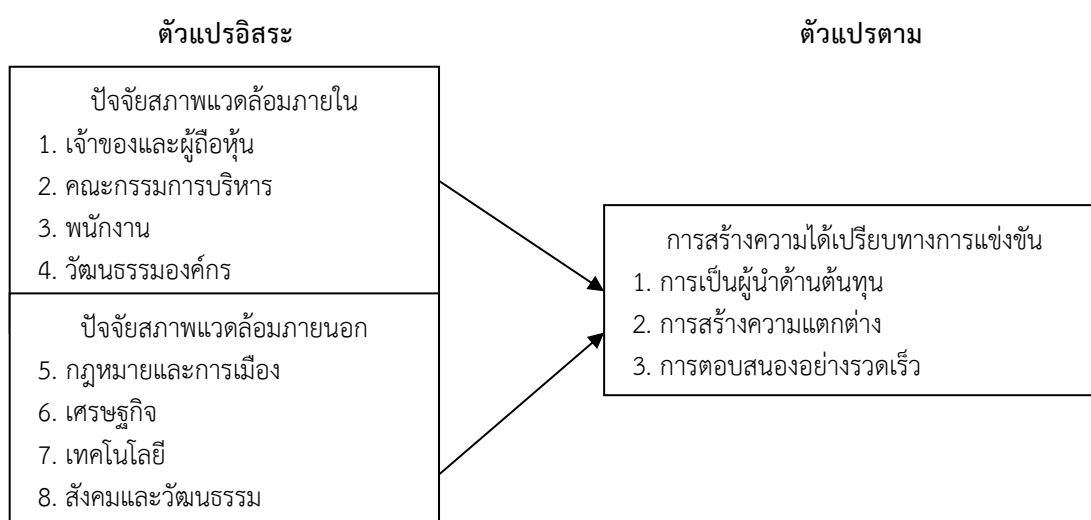
H₅ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านกฎหมายและการเมือง มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

H₆ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

H₇ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

H₈ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

กรอบแนวคิดของการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารและผู้จัดการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จำนวน 9,768 คน (Community Enterprise Promotion Division : CEPD, 2024)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารและผู้จัดการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จำนวน 385 คน จากการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโรยามาเน (Yamane, T., 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% แต่เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูลจึงเก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในงานวิจัย เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยและความหมายของตัวแปรให้ตรงตามแนวคิดทฤษฎี
2. กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา
 - 2.1 สร้างแบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการสังเคราะห์และพัฒนาข้อคำถามมาจากการทบทวนเอกสารและวรรณคดีที่เกี่ยวข้อง
 - 2.2 นำแบบสอบถามฉบับร่างที่เสร็จเรียบร้อยแล้วส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อขอคำแนะนำและตรวจสอบในเบื้องต้นว่าแบบสอบถามครอบคลุมเป็นไปตามวัตถุประสงค์และขอบเขตของงานวิจัย สำนวนภาษาที่ใช้มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด จากนั้นผู้วิจัยปรับปรุงแก้ไขตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ
 - 2.3 นำแบบสอบถามชุดนี้ผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมของสำนวนภาษาเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ แก้ไขความถูกต้องครบถ้วนตามแนวรอบความคิด
 - 2.4 แจกแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ไปยังกลุ่มตัวอย่าง
3. งานนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ (Survey Research) และมีลักษณะ Non-Experimental Research

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผ่านการพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้น ดังนี้
 - ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะแบบสอบถามเป็นการตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการดำเนินงาน ลักษณะการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเขตจังหวัดที่จัดตั้งกลุ่ม
 - ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในทางธุรกิจ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น ด้านคณะกรรมการบริหาร ด้านพนักงาน และด้านวัฒนธรรมองค์กร
 - ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกฎหมายและการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี และด้านสังคมและวัฒนธรรม
 - ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านผู้นำทางต้นทุน และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
 - ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ
2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปให้นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงทางเนื้อหาและความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ก่อนนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริง ส่วนความเชื่อมั่นได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทำการทดสอบจำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกลุ่มตัวอย่าง เมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยอยู่ระหว่าง 0.71 - 0.93 โดยข้อคำถามที่ได้หลังปรับคงเหลือ 36 ข้อ เมื่อรวบรวม

ข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามแล้วทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสอบถามก่อนการวิเคราะห์ค่าสถิติต่าง ๆ ผู้วิจัยตรวจสอบและคัดเลือกข้อมูลมีการแจกแจงปกติให้เหลือข้อมูลจำนวน 400 ชุด จึงสรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นขั้นตอน ดังนี้

3.1 ศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากเอกสาร หลักทฤษฎี ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หนังสือทางวิชาการ รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 จัดเตรียมแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เพื่อเก็บข้อมูล

3.3 เริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 30 เมษายน 2568

3.4 ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) โดยสอบถามประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจะถูกนำมาประมวลผลคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยตัวแปรต่าง ๆ จะถูกนำมาลงรหัสเพื่อเปลี่ยนให้อยู่ในรูปของตัวเลข แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาการดำเนินงาน ลักษณะการดำเนินงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และเขตจังหวัดที่จัดตั้งกลุ่ม โดยนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2-3 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วยปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน ได้แก่ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น ด้านคณะกรรมการบริหาร ด้านพนักงาน และด้านวัฒนธรรมองค์กร และปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ ด้านกฎหมายและการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี และด้านสังคมและวัฒนธรรม

โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วยด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านผู้นำทางต้นทุน และด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว โดยนำเสนอในรูปแบบของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้มาตรวจวัดตามแนวทางของลิเคิร์ต (Likert, R., 1932)

ตอนที่ 5-6 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	124	31.00
หญิง	276	69.00
รวม	400	100.00
2. อายุ		
21 – 30 ปี	72	18.00
31 – 40 ปี	54	13.50
41 – 50 ปี	103	25.80
51 – 60 ปี	80	20.50
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	91	22.20
รวม	400	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	105	26.20
มัธยมศึกษา	108	27.00
ปวช./ปวส.	78	19.50
ปริญญาตรี	94	23.50
สูงกว่าปริญญาตรี	15	3.80
รวม	400	100.00
4. ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
ต่ำกว่า 3 ปี	71	17.70
3 – 5 ปี	225	56.30
6 – 10 ปี	86	21.50
มากกว่า 10 ปี	18	4.50
รวม	400	100.00
5. ลักษณะการดำเนินงาน		
ภาคการบริการ	77	18.30
ภาคการผลิต	193	48.50
ภาคการค้า	76	19.70
ภาคการเกษตร	54	13.50
รวม	400	100.00
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกิจการ		
ต่ำกว่า 30,000 บาท	113	28.20
30,001 – 50,000 บาท	79	19.80
50,001 – 100,000 บาท	117	29.20
มากกว่า 100,000 บาท	91	22.80
รวม	400	100.00

ตารางที่ 1 ตารางแจกแจงความถี่และร้อยละ (ต่อ)

ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
7. เขตจังหวัดที่อาศัย		
นครราชสีมา	139	34.80
ชัยภูมิ	138	34.50
บุรีรัมย์	95	23.50
สุรินทร์	28	7.20
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.00 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ระดับการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 ระยะเวลาดำเนินงาน 3 – 5 ปี จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.30 ลักษณะการดำเนินงานเป็นภาคการผลิต จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 – 100,000 บาท จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.20 และจังหวัดที่จัดตั้งอยู่ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.80

ตอนที่ 2 - 3 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	n = 400		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน			
ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น	4.66	0.60	มากที่สุด
ด้านคณะกรรมการบริหาร	4.59	0.64	มากที่สุด
ด้านพนักงาน	4.54	0.73	มากที่สุด
ด้านวัฒนธรรมองค์กร	4.56	0.67	มากที่สุด
โดยรวม	4.58	0.66	มากที่สุด
ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก			
ด้านกฎหมายและการเมือง	4.51	0.76	มากที่สุด
ด้านเศรษฐกิจ	4.50	0.79	มากที่สุด
ด้านเทคโนโลยี	4.56	0.66	มากที่สุด
ด้านสังคมและวัฒนธรรม	4.62	0.65	มากที่สุด
โดยรวม	4.54	0.71	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$, S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น ($\bar{X} = 4.66$, S.D. = 0.60) แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญกับบทบาทของเจ้าของในการตัดสินใจทางธุรกิจและการขับเคลื่อนองค์กรในระดับสูง ด้านคณะกรรมการบริหาร ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.64) แสดงให้เห็นว่าคณะกรรมการบริหารเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ พันธ

กิจ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายของชุมชน และด้านวัฒนธรรมองค์กร ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.67) แสดงให้เห็นว่าเมื่อสมาชิกยึดถือค่านิยมร่วมกันจะเกิดความไว้วางใจและความร่วมมือ ลดความขัดแย้ง และทำให้การดำเนินงานราบรื่น ส่วนปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.65) แสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนที่ยึดมั่นในค่านิยมทางวัฒนธรรมและมีบทบาททางสังคมจะได้รับการยอมรับจากทั้งชุมชนและหน่วยงานภายนอก ด้านเทคโนโลยี ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.66) แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีจะช่วยให้กระบวนการผลิตรวดเร็วขึ้น ลดการใช้แรงงาน ลดความผิดพลาด และควบคุมคุณภาพสินค้าได้ดียิ่งขึ้น และด้านกฎหมายและการเมือง ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.76) แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานภายใต้ระบบกฎหมายที่มั่นคงและนโยบายที่เอื้อต่อธุรกิจ ทำให้ลูกค้านักลงทุนและหน่วยงานภายนอกเชื่อมั่นในวิสาหกิจชุมชน ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	n = 400		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านการสร้างความแตกต่าง	4.50	0.79	มากที่สุด
ด้านผู้นำทางต้นทุน	4.59	0.69	มากที่สุด
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	4.63	0.65	มากที่สุด
โดยรวม	4.57	0.71	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D. = 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน เรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ได้แก่ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ($\bar{X} = 4.63$, S.D. = 0.65) แสดงให้เห็นว่าความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็ว จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสร้างชื่อเสียงดี มีฐานลูกค้าประจำ และขยายตลาดได้ต่อเนื่อง ด้านผู้นำทางต้นทุน ($\bar{X} = 4.59$, S.D. = 0.69) แสดงให้เห็นว่าหากผลิตสินค้าในต้นทุนต่ำ จะสามารถขายผลิตภัณฑ์ในราคาที่ถูกลงกว่าคู่แข่งได้ โดยยังคงมีกำไร ทำให้ดึงดูดลูกค้าได้ง่ายขึ้น และด้านการสร้างความแตกต่าง ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.79) แสดงให้เห็นว่าการมีจุดเด่นชัดเจน เช่น โลโก้ที่จดจำง่าย บรรจุภัณฑ์เฉพาะตัวหรือคุณภาพที่เหนือกว่า จะทำให้ลูกค้าจดจำและรักติดต่อบริษัท ตามลำดับ

ตอนที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	OWN	BOD	EMP	CUR	REG	ECO	TEC	SOC	COM
$\bar{X}$	4.66	4.59	4.54	4.56	4.51	4.50	4.56	4.62	4.57
S.D.	0.60	0.64	0.73	0.67	0.76	0.79	0.66	0.65	0.71
OWN	1								
BOD	0.95*	1							
EMP	0.54*	0.55*	1						
CUR	0.46*	0.48*	0.71*	1					
REG	0.17*	0.21*	0.38*	0.60*	1				
ECO	0.18*	0.21*	0.36*	0.55*	0.93*	1			
TEC	0.29*	0.31*	0.39*	0.51*	0.83*	0.88*	1		
SOC	0.25*	0.27*	0.38*	0.53*	0.87*	0.93*	0.95*	1	
COM	0.32*	0.26*	0.10*	0.12*	0.17*	0.19*	0.18*	0.18*	1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ภายในระหว่างตัวแปร ได้แก่ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น (OWN) ด้านคณะกรรมการบริหาร (BOD) ด้านพนักงาน (EMP) ด้านวัฒนธรรมองค์กร (CUR) ด้านกฎหมายและการเมือง (REG) ด้านเศรษฐกิจ (ECO) ด้านเทคโนโลยี (TEC) และด้านสังคมและวัฒนธรรม (SOC) มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวม (COM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.10 – 0.32 มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับน้อย (Best, 1977)

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		t	p-value	VIF
	β	Beta			
Constant	2.79	-	5.47	0.00*	-
ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น (OWN)	0.06	0.12	1.47	0.00*	1.97
ด้านคณะกรรมการบริหาร (BOD)	0.65	0.47	1.11	0.00*	1.85
ด้านพนักงาน (EMP)	0.13	0.10	0.88	0.15	2.35
ด้านวัฒนธรรมองค์กร (CUR)	0.17	0.14	0.62	0.06	2.44
ด้านกฎหมายและการเมือง (REG)	0.07	0.06	1.43	0.02*	2.51

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (ต่อ)

ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย		t	p-value	VIF
	β	Beta			
Constant	2.79	-	5.47	0.00*	-
ด้านเศรษฐกิจ (ECO)	0.06	0.05	1.16	0.04*	1.87
ด้านเทคโนโลยี (TEC)	0.31	0.29	0.82	0.06	1.95
ด้านสังคมและวัฒนธรรม (SOC)	0.07	0.06	0.75	0.12	1.75
R = 41 R ² = .57 AdjR ² = .55 F = 36.21 Durbin-Watson = 1.64					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันหรือเกิดเป็น Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIF ปรากฏว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น ด้านคณะกรรมการบริหาร ด้านพนักงาน ด้านวัฒนธรรมองค์กร ด้านกฎหมายและการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านเทคโนโลยี และด้านสังคมและวัฒนธรรม มีค่าตั้งแต่ 1.75 – 2.51 จะเห็นได้ว่าตัวแปรทุกตัวมีค่า VIF ไม่เกิน 10 แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่อยู่ในระดับที่ไม่เป็นปัญหา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Black (2006) โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น (OWN) ($\beta=0.06$) ด้านคณะกรรมการบริหาร (BOD) ($\beta=0.65$) ด้านกฎหมายและการเมือง (REG) ($\beta=0.07$) และด้านเศรษฐกิจ (ECO) ($\beta=0.06$) และมีความสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.57 หรือคิดเป็นร้อยละ 57.50 แสดงว่า ปัจจัยทั้ง 4 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (COM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1, 2, 5 และ 6 โดยสามารถเขียนในรูปแบบสมการพยากรณ์ คือ $COM = 2.79 + 0.06(OWN) + 0.65(BOD) + 0.07(REG) + 0.06(ECO)$ ($R^2=0.57$)

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง สามารถสรุปและอภิปรายตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างพบว่า

1.1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในทางธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chairajwong, S. & Ngammaneeudom, C. (2019) พบว่า ปัจจัยด้านคุณสมบัติของผู้ประกอบการหรือผู้บริหารสูงสุดขององค์กร และปัจจัยด้านคุณลักษณะการบริหารจัดการองค์กร ส่งผลต่อการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเจ้าของและผู้ถือหุ้นที่มีคุณสมบัติด้านความรู้และประสบการณ์ จะช่วยให้การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มีประสิทธิภาพ ลดความเสี่ยง และเพิ่มโอกาสทางการแข่งขัน ซึ่งเจ้าของและผู้ถือหุ้นจะเป็นผู้ตัดสินใจในเรื่องการลงทุน การจัดสรรเงินทุน และการบริหารทรัพยากร

1.2 ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านสังคมและวัฒนธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Anoree, S. (2021) พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากปัจจัยทางสังคมและ

วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อความชอบ รสนิยม และพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภค ทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถปรับสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย

2. ผลการศึกษาถึงปัจจัยการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nakkasem, W. & Pasunon, P. (2018) พบว่า ระดับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเมื่อลูกค้าได้รับการบริการหรือสินค้าที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างรวดเร็ว จะเกิดความประทับใจและมีแนวโน้มกลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งช่วยเพิ่มฐานลูกค้าและสร้างรายได้อย่างต่อเนื่อง

3. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจกับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า

3.1 ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น พบว่า มีความสัมพันธ์กับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน เหตุเพราะเจ้าของและผู้ถือหุ้นมีบทบาทในการสนับสนุนทรัพยากร การให้ความร่วมมือและตัดสินใจร่วมในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนโดยตรง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Meesri, J. (2020) พบว่า กลุ่มมีการดำเนินงานต่อเนื่อง สมาชิกมีความพึงพอใจและมีส่วนร่วม กลุ่มมีการผลิตและพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง สาเหตุเพราะเจ้าของและผู้ถือหุ้นมีเป้าหมายชัดเจน พร้อมลงทุนและสนับสนุนด้านเงินทุนซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนมีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงเทคโนโลยี และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3.2 ด้านคณะกรรมการบริหาร พบว่า มีความสัมพันธ์กับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้เพราะคณะกรรมการบริหารเป็นกลไกในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Songsri, K. & Churintr, P. (2021) พบว่า ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คณะกรรมการบริหารจึงต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ สุจริตและมีจริยธรรมในการดำเนินงานเพื่อให้ประสบผลสำเร็จอย่างยั่งยืน สาเหตุเพราะคณะกรรมการบริหารมีบทบาทในการวางแผนการดำเนินงาน อีกทั้งยังทำหน้าที่ประสานงานและสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานภายนอก เช่น องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน หรือสถาบันการศึกษา รวมถึงการรับผิดชอบต่อสังคมด้วย

3.3 ด้านพนักงาน พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนเหตุเพราะความสัมพันธ์ในเชิงสังคมระหว่างสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน เช่น ความร่วมมือ ความไว้วางใจ และความสามัคคี อาจมีผลมากกว่าความสามารถเฉพาะตัวของพนักงาน การทำงานร่วมกันอย่างกลมเกลียวสามารถสร้างรายได้เปรียบมากกว่าการพึ่งพาบุคลากรแต่ละคนเพียงลำพัง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Punroob, J. et al (2019) พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีนโยบายใหม่ในการบริหารจัดการทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์ เพื่อพัฒนาสินค้าของทางกลุ่มให้มีมาตรฐานและสามารถจำหน่ายสร้างรายได้แก่สมาชิกได้ แต่การปรับเปลี่ยนดังกล่าวทำให้วิสาหกิจชุมชนและสมาชิกยังขาดการวางแผนทางด้านงบประมาณ รวมทั้งความร่วมมือในการพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับแนวทางของภาครัฐจึงส่งผลให้ปัจจุบันการพัฒนาบุคลากรและพนักงานไม่คืบหน้าเท่าที่ควร

3.4 ด้านวัฒนธรรมองค์กร พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนสาเหตุเพราะขนาดของวิสาหกิจชุมชนโดยทั่วไปมีขนาดเล็กและโครงสร้างไม่ซับซ้อน และสมาชิกส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกันอยู่แล้ว การที่วัฒนธรรมองค์กรไม่ได้ถูกเน้นหรือพัฒนาอย่างจริงจังจึงทำให้ไม่มีผลโดยตรงต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Pochakorn, S. et al (2016) พบว่า ผู้ประกอบการขาดการอบรมและพัฒนา ความรู้และทักษะบุคลากร และความขัดแย้งภายในองค์กร ทั้งนี้เกิดจากการขาดความยึดมั่นในค่านิยมและเป้าหมายร่วมกัน ทำให้สมาชิกหรือพนักงานขาดแรงจูงใจและความร่วมมือในการบริหารจัดการขาดความสอดคล้อง ส่งผลให้กระบวนการทำงานช้าลงและไม่มีประสิทธิภาพ

3.5 ด้านกฎหมายและการเมือง พบว่า มีความสัมพันธ์กับการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้มาจากรัฐบาลมีนโยบายหรือกฎหมายที่ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เช่น การให้เงินทุนสนับสนุน การลดภาษีหรือการส่งเสริมสินค้าท้องถิ่น รวมถึงการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่ช่วยให้ชุมชนสามารถรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าไว้ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Panyawarin, S. (2021) พบว่า สภาพแวดล้อมทาง

ธุรกิจภายนอกด้านการเมือง ส่งผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะถ้าหากสภาพการเมืองมีเสถียรภาพและนโยบายภาครัฐมีความชัดเจน วิชาหกิจชุมชนจะสามารถวางแผนธุรกิจระยะยาวได้อย่างมั่นคง อีกทั้งกฎหมายและข้อบังคับจะช่วยกำหนดคุณภาพสินค้าและความปลอดภัย และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคและคู่ค้าได้ในที่สุด

3.6 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิชาหกิจชุมชน สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการเติบโต เช่น การเข้าถึงเงินทุนที่เหมาะสม ราคาสินค้าเกษตรดี และเศรษฐกิจท้องถิ่นเข้มแข็งจะช่วยให้วิชาหกิจชุมชนมีต้นทุนที่เหมาะสมและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนทั้งในประเทศและต่างประเทศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chumme, P. (2022) พบว่า การบริหารต้นทุนที่ดีสามารถแข่งขันได้ โดยส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและดอกเบี้ยที่ต่ำ สาเหตุเพราะปัจจัยด้านเศรษฐกิจยังมีผลต่อโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเฉพาะภาครัฐและสถาบันการเงินมักมีโครงการสนับสนุนการลงทุน และการส่งเสริมให้วิชาหกิจชุมชนมีทุนหมุนเวียนและสามารถขยายธุรกิจได้ง่ายขึ้น

3.7 ด้านเทคโนโลยี พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิชาหกิจชุมชน เพราะสมาชิกหลายกลุ่มคุ้นเคยกับการผลิตและการขายแบบดั้งเดิม ทำให้การปรับตัวมาใช้เทคโนโลยีต้องใช้เวลาและมีการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Prasit, C. & Chaiprasit, K. (2018) พบว่า เทคโนโลยีสามารถใช้ประโยชน์จากความสามารถในการแข่งขัน อาจรวมถึงการผลิตที่ถูกต้องกว่า การเข้าถึงลูกค้า การสร้างแบรนด์ที่ดีขึ้น คุณภาพผลิตภัณฑ์ และระดับธุรกิจอัจฉริยะ อาจเป็นเพราะการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้สามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และขยายโอกาสทางการตลาดได้ ทำให้กระบวนการผลิตมีความรวดเร็ว ได้มาตรฐานมากขึ้น และปรับปรุงคุณภาพสินค้าจนเป็นที่ยอมรับของตลาดในวงกว้าง เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพ

3.8 ด้านสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิชาหกิจชุมชน ทั้งนี้ อาจเกิดจากการยึดติดกับขนบธรรมเนียมและวิถีเดิมมากเกินไปอาจทำให้วิชาหกิจชุมชนขาดความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Suphamongkhonchai, W. & Piyanusorn, P. (2023) พบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการดำเนินงาน รวมถึงกลยุทธ์และความได้เปรียบในการแข่งขันที่เหนือคู่แข่งได้ ทั้งนี้ เพราะวิชาหกิจชุมชนส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากรากฐานของชุมชนท้องถิ่นและค่านิยมที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้น การนำองค์ความรู้ทางสังคมและวัฒนธรรมเหล่านี้มาปรับใช้ สามารถสร้างจุดเด่นและความแตกต่างที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

บทสรุป

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของวิชาหกิจชุมชน โดยมีปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบทางตรงและทางอ้อม ได้แก่ ด้านเจ้าของและผู้ถือหุ้น ด้านคณะกรรมการบริหาร ด้านกฎหมายและการเมือง และด้านเศรษฐกิจ ล้วนเป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันของวิชาหกิจ หนึ่งในความสำคัญของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ คือ 1) ด้านคณะกรรมการบริหาร ในการเปิดโอกาสให้วิชาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงทรัพยากรและการสนับสนุนต่าง ๆ 2) เจ้าของและผู้ถือหุ้น ในการกำหนดความสำคัญกับบทบาทของเจ้าของในการตัดสินใจทางธุรกิจและการขับเคลื่อนองค์กรในระดับสูง 3) ด้านกฎหมายและการเมือง ในการดำเนินงานภายใต้ระบบกฎหมายที่มั่นคงและนโยบายที่เอื้อต่อธุรกิจ และ 4) ด้านเศรษฐกิจ ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนรวมถึงเงื่อนไขของดอกเบี้ยและในส่วนด้านการแข่งขัน เช่น การลดต้นทุน การสร้างความแตกต่างของสินค้า หรือการขยายตลาดผ่านช่องทางใหม่ ๆ ดังนั้นวิชาหกิจชุมชนจึงควรวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่เสมอ ตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสมาชิกและเครือข่ายต่าง ๆ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งในทุกด้านเพื่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ด้านพนักงาน ควรมีการกำหนดขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานอย่างชัดเจน เน้นพัฒนาทักษะการสื่อสาร โดยมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วในกระบวนการบริการลูกค้า ส่วนด้านวัฒนธรรมองค์กร ควรมีการจัดทำกรอบเวลาในงานอย่างชัดเจน โดยให้เพื่อนร่วมงานได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปฏิบัติงาน เพื่อสร้างความร่วมมือและการทำงานที่มีคุณภาพ

2. ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นในยุคดิจิทัล จึงมีคุณค่าทางวิชาการหรือนักวิจัยที่สนใจได้นำไปศึกษาและต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ในบริบทอื่น ๆ ต่อไปได้

3. บทความนี้มีคุณค่าทางวิชาการในด้านการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเชิงพื้นที่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่น่าเชื่อถือและเชื่อมโยงกับองค์ความรู้ทางธุรกิจในระดับปฏิบัติได้ดี จุดแข็งอยู่ที่การประยุกต์แนวคิดไปใช้ในภาคสนามจริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการศึกษามีขอบเขตจำกัด ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรจะศึกษาผู้บริโภคในระดับประเทศ ในลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่สมบูรณ์ ชัดเจน และเห็นภาพรวมมากยิ่งขึ้น

2. ภาคธุรกิจเอกชนสามารถนำผลวิจัยนี้ไปช่วยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เช่น การวางแผนกลยุทธ์ การบริหารจัดการทรัพยากร และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สำหรับภาครัฐ สามารถนำไปกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและธุรกิจในพื้นที่ เช่น การจัดสรรงบประมาณเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยี และการจัดอบรมพัฒนาทักษะ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Anoree, S. (2021). *Factors Affecting Competitive Advantage and Success of Entrepreneurs and Small and Medium Enterprises in Ratchaburi Province*. Master's thesis, Silpakorn University.
- Best, John W. (1977). *Research in Education*. English: Prentice-Hall.
- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision making*. USA: John Wiley & Sons.
- Chairojwong, S. & Ngammaneeudom, C. (2019). Factors Affecting the Growth of SMEs in Manufacturing Sector of Thailand. *Journal of Politics Administration and Law*, 10(2), 453-480.
- Chummee, P. (2022). Competitive Advantage of Community Enterprise, Pathum Thani Province. *Journal of Buddhist Philosophy Evolved*, 6(2), 507-517.
- Community Enterprise Promotion Division (CEPD). (2024). *Number of Approved Community Enterprises for Registration 2024*. Retrieved from <https://sceb.doae.go.th/>.
- Prasit, C. & Chaiprasit, K. (2018). The Relationship Between External Factors and Business Success of Small and Medium Enterprises in Chachoengsao Province. *Journal of Management and Development*, 6(1), 29-55.
- Klaprabchone, K. et all. (2023). Business Environment Affecting Benefits from use of Accounting Information in Kanchanaburi Province. *Academic Journal of Phetchaburi Rajabhat University*, 13(3), 55-63.
- Likert, R. (1932). A Technique for The Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22, 5-55.
- Meesri, J. (2020). *Factors Affecting the Success of Community Enterprise Group, Chalee-wan Community Development of Community Enterprise Group, Samutprakan Province*. Chachoengsao: Provincial Fisheries Office, Ministry of Agriculture and Cooperatives.

- Nakkasem, W. & Pasunon, P. (2018). Factors Affecting the Competitive Advantage of Service Business Entrepreneurs in Bangkok. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(1), 2148-2167.
- Office of the Strategy Group for the Lower Northeastern Region (MOI). (2023). *Northeastern Region group, Lower part 1*. Retrieved from <http://www.osmnortheast-s1.moi.go.th/>.
- Panyawarin, S. (2021). The Study of Business Environment and Survival of Food and Beverage Businesses in Chiang Mai under the COVID-19 Situation. *Journal of Management and Local Development*, 4(1), 43-58.
- Pochakorn, S., Sereepong, P., Khuntong, S. & Panpraejit, K. (2016). *Factor Analysis to Create a Competitive Advantage for Factory of Rubber wood Industry in Thailand*. Master's thesis, Rajamangala University of Technology Srivijaya.
- Prasit, C. & Chaiprasit, K. (2018). The Relationship Between External Factors and Business Success of Small and Medium Enterprises in Chachoengsao Province. *Journal of Management and Development*, 6(1), 29-55.
- Punroob, J., Chinnaboot, W., Issara, D. & Duangjai, E. (2019). Marketing Strategy Development for Competitive Advantage in Biological Liquid Wash of Community Enterprise in Tombon Nai Wiang of Nan Province. *Phrae Wa Kalasin Journal of Kalasin Rajabhat University*, 6(1), 118-140.
- Saipang, J. & Chuasuwan, S. (2021). Analysis Model of External Environmental Factors Change Affecting Strategy Formulation of the Multinational Corporations. *RMUTI Journal Humanities and Social Sciences*, 8(2), 94-107.
- Small and Medium Enterprises Development Institute (ISMED). (2022). *The Action plan of the SME Development Bank (2023-2027)*. Retrieved from [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)
- Songsri, K. & Churintr, P. (2021). *The Business Environment Affecting the Success of Community Enterprises in Surat Thani Province*. Master's thesis, Surat Thani Rajabhat University.
- Suphamongkhonchai, W. & Piyanusorn, P. (2023). Influence of Perceived External Environments and Entrepreneur Characteristics Affecting the Competitive Advantage and the Successful Operation of Nam-Hom Coconut Farmers in Ratchaburi Province. *Journal of Local Management and Innovation*, 5(5), 16-32.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2017). *Review of Maritime Transport 2017*, United Nations.
- Wijitkulsawat, N. et all. (2024). Factors Affecting Competitive Advantage of Entrepreneurs and Small and Medium Enterprises in Bangkok. *Journal of Educational Management and Research Innovations*, 6(1), 109-120.
- Yamane, T. (1967). *Elementary Sampling Theory*. Prentice-Hall: Englewood Cliffs, N.J.