



Entrepreneurial Characteristics and the Creation of Competitive Advantages Influence the Success of Restaurant Service Businesses in Mueang Lampang District, Lampang Province

Kaschanan Lertpongsin^{1*}

¹ Faculty of Management and Technology, Lampang Inter-Tech College, Lampang, Thailand

Article Info

Research Article

Article history:

Received: 16 June 2025

Revised: 5 September 2025

Accepted: 9 September 2025

Keyword

Entrepreneurial characteristics,
Competitive advantages,
The success of restaurant businesses,
Restaurant business

*Corresponding author:

kaschananlert@gmail.com

Abstract

The research objectives were 1) to study the importance of entrepreneurial characteristics, competitive advantages, and the success of the restaurant service business, and 2) to study the entrepreneurial characteristics and the competitive advantages toward the success of the restaurant service business in Mueang Lampang District, Lampang Province. The sample group was 400 restaurant general restaurant operators who provide made-to-order food services both at the store and online, operating in Muang Lampang District, Lampang Province. The instrument was a questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics to find percentages, means, and standard deviations. Inferential statistics were analyzed using multiple regression techniques using Enter Selection.

The research results found that overall entrepreneurial characteristics were of the highest level of importance, with personal privacy being the most important, followed by the willingness to take risks and the desire for success. The overall competitive advantage is of the highest importance, with focus being the most important, followed by differentiation and cost leadership. Overall success in service businesses is at the highest level, with internal processes and customer being the most important, followed by finance and learning and development. The results of the multiple regression analysis found that entrepreneurial characteristics and the creation of competitive advantages influenced the success of the service business, which was statistically significant at the 0.05 level. The right characteristics of an entrepreneur, such as Individuality, willingness to take risks and aspirations for success are key factors influencing the success of service businesses and the ability to gain competitive advantages, such as focus on impressive service and differentiation from competitors.

คุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการร้านอาหาร ในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

คัจฉนันท เลิศพงษ์ศิลป์^{1*}

¹ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง

ข้อมูลบทความ	บทคัดย่อ
บทความวิจัย	<p>การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจบริการร้านอาหาร และ 2) ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการร้านอาหาร อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปที่ให้บริการอาหารตามสั่งทั้งชายหน้าร้านและขายออนไลน์ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง จำนวน 400 ราย เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมานวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติถดถอยแบบพหุคูณ ด้วยวิธี Enter</p> <p>ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการในภาพรวมมีความสำคัญระดับมากที่สุด โดยความเป็นส่วนตัวของตัวเอง มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ความกล้าเสี่ยงและความใส่ใจในความสำเร็จ ส่วนความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมมีความสำคัญระดับมากที่สุด โดยการมุ่งจุดสนใจ มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ การสร้างความแตกต่าง และผู้นำด้านต้นทุน ส่วนความสำเร็จของธุรกิจบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกระบวนการภายในและด้านลูกค้า มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเงิน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในธุรกิจบริการ ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณลักษณะที่เหมาะสมของผู้ประกอบการ เช่น ความเป็นตัวเอง ความกล้าเสี่ยงและความใส่ใจในความสำเร็จ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ และความสามารถในความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น การมุ่งจุดสนใจที่เน้นการบริการที่ประทับใจ และการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง</p>
คำสำคัญ	
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	
การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน	
ความสำเร็จของธุรกิจ	
กิจการร้านอาหาร	

บทนำ

การเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากเป็นกลไกหลักที่ช่วยขับเคลื่อนนวัตกรรม การสร้างงาน และการเติบโตของเศรษฐกิจในทุกๆระดับ ผู้ประกอบการมักมีบทบาทสำคัญในการคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดหรือช่วยแก้ปัญหาสังคมที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข การเริ่มต้นธุรกิจยังส่งเสริมความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับบุคคลและชุมชน

โดยสร้างรายได้และลดการพึ่งพาทรัพยากรภายนอก การเป็นผู้ประกอบการยังช่วยกระตุ้นการลงทุนและการกระจายรายได้ไปสู่พื้นที่ที่ยังขาดการพัฒนา เช่น ผู้ประกอบการในภาคเทคโนโลยีสามารถสร้างโอกาสให้กับชุมชนท้องถิ่นด้วยการเชื่อมโยงตลาดระดับโลก ในขณะที่ธุรกิจขนาดเล็กหรือธุรกิจครอบครัวมักมีบทบาทสำคัญในระดับชุมชนผ่านการจ้างงานและการสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น การเป็นผู้ประกอบการสามารถเปลี่ยนชีวิตได้ด้วยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ

หรือเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่ ผู้ประกอบการยังมีส่วนร่วมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาสู่แนวคิดธุรกิจใหม่ๆ และการคิดนอกกรอบ (Muhammad et al., 2020) การนำความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการมาเพิ่มการผลิตโดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้ประสบความสำเร็จสูงสุด (Diandra & Azmy, 2020) ย่อมสามารถเป็นทรัพย์สินได้ โดยองค์ประกอบหลักของกิจกรรมของผู้ประกอบการคือ นวัตกรรม ซึ่งเป็นวิธีการพัฒนา การทดลอง การปรับตัวอย่างสร้างสรรค์ของนวัตกรรม ส่งผลให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคนิคและการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น (Cane & Parra, 2020) นอกจากนี้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดสำหรับความสำเร็จของการเป็นผู้ประกอบการ การส่งเสริมความเป็นผู้ประกอบการสามารถเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศ (Raassens, Mullick & Hans, 2021) ดังนั้น การเป็นผู้ประกอบการจึงสามารถเพิ่มโอกาสในการแสวงหานวัตกรรมได้ การเป็นผู้ประกอบการยังรวมถึงการสร้างสิ่งใหม่ด้วยเทคโนโลยีที่สามารถนำไปใช้ได้ในทุกขั้นตอนของระบบการผลิตอาหาร

สถานการณ์การเป็นผู้ประกอบการของโลก พบว่าแต่ละประเทศได้ให้ความสำคัญถึงความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจด้วยการพิจารณาจากดัชนีตัวชี้วัดทางสังคมของความเป็นผู้ประกอบการ (Global entrepreneurship index : GEI) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงความสามารถในการพัฒนาเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ โดยศักยภาพของผู้ประกอบการ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทัศนคติต่อการเป็นผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และด้านความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งประเทศไทยนั้นได้รับการจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยการอาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพ โดยอยู่ในอันดับที่ 65 จากจำนวน 137 ประเทศ และอยู่ในอันดับที่ 12 ของเอเชียแปซิฟิก เมื่อพิจารณาถึงความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 22.6 และการสร้างธุรกิจใหม่เกิดขึ้นร้อยละ 12.6 (Acs et al., 2017) ในรอบปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยอยู่ในช่วงระยะการฟื้นตัวจากผลกระทบของการแพร่ระบาดโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) รวมถึงมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นสงครามในยูเครน เงินเฟ้อ และนโยบายการปรับขึ้นของอัตราดอกเบี้ยอย่างรวดเร็วของธนาคารกลางแทบทุกประเทศทั่วโลก ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัว รัฐบาล

ต้องกำหนดแนวทางและนโยบายตั้งรับกับความเปลี่ยนแปลงที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) จึงทำให้รัฐบาลต้องมีนโยบายที่ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นสังคมผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาภาคการค้าและการลงทุน โดยได้ระบุไว้ในแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570

โดยเฉพาะอุตสาหกรรมอาหารพร้อมทานเป็นอุตสาหกรรมที่พึ่งพาตลาดในประเทศและส่งออกในสัดส่วนใกล้เคียงกันอยู่ที่ร้อยละ 53.9 และร้อยละ 46.1 ตามลำดับ คาดว่าในปี พ.ศ. 2567-2569 ปริมาณการจำหน่ายอาหารพร้อมทานในประเทศจะเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 3.0-4.0 ต่อปี ดังจะเห็นได้ว่าธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากจำนวนนักท่องเที่ยวและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่มีการปรับตัวตามความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก มีระบบบริหารจัดการทั้งหน้าร้านและหลังร้าน ปัจจุบันตลาดร้านอาหารมีจำนวนร้านค้า (ทั่วประเทศ) อยู่ที่ประมาณ 6.8-7.0 แสนร้านค้า โดยได้รับปัจจัยบวกจากการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว การเพิ่มช่องทางผ่านแพลตฟอร์มฟู้ด ดีลิเวอรี นโยบายการสนับสนุนด้านซอฟต์แวร์ด้านอาหารจากรัฐบาล ในปี พ.ศ. 2566 ภาคเหนือมีนักท่องเที่ยวไปเยือนกว่า 39.48 ล้านคน โดยเป็นผลจากการท่องเที่ยวในเมืองรองที่ขยายตัวร้อยละ 15.95 จากปัจจัยสนับสนุนเรื่องการดำเนินมาตรการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางที่กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี (กรุงเทพธุรกิจ, 2567) อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมผู้ประกอบการท้องถิ่นให้ดึงศักยภาพจากอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสานกับการทำการตลาดออนไลน์ให้เข้าถึงผู้บริโภคยุคใหม่เพิ่มขึ้น งานวิจัยของ Planinc et al. (2022) ทำการศึกษาในสโลวีเนียพบว่า ปัจจัยด้านบุคลิกหรือคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีผลน้อยต่อการจัดการสินทรัพย์เมื่อเทียบกับปัจจัย ด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งขัดแย้งกับข้อค้นพบในประเทศไทยที่คุณลักษณะผู้ประกอบการมีผลมากที่สุด

ในปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มการเติบโตและการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ด้วยสภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนจากหลายปัจจัย เช่น ภาวะเงินเฟ้อ การปรับอัตราดอกเบี้ยที่สูงขึ้น การเพิ่มขึ้นของหนี้เสีย รวมถึงการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคของ

ผู้บริโภค ทำให้ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจในการใช้จ่าย ลดความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้าน และมีความต้องการที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้รูปแบบการผลิตและบริการแบบดั้งเดิมเริ่มไม่ตอบสนองความคาดหวังของผู้บริโภค และถูกแทนที่ด้วยบริการที่เน้นความสะดวกสบายและความหลากหลายมากขึ้น (ทิพยาภรณ์ ปัตถา และคณะ, 2566) การปรับตัวจึงกลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ทั้งด้านความรู้ ความเข้าใจ และประสบการณ์ด้านการตลาด ตลอดจนการวางแผนเชิงรุก ย่อมก่อให้เกิดข้อจำกัดในการพัฒนาสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน (กนกพร ศรีวิชัย, 2566) ดังนั้นผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องมีคุณลักษณะผู้ประกอบการที่เหมาะสม อาทิ ความเป็นตัวของตัวเอง ความคิดสร้างสรรค์เชิงนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้ถือเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ (ฟาตอนะห์ หะยีลาเตะ และยุทธชัย ฮารีปิ่น, 2566) การพัฒนาคุณภาพการให้บริการ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในจังหวัดลำปาง การวิจัยพบว่าคุณภาพการบริการที่ดี เช่น ความไว้วางใจ ความมั่นใจและการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ามีผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร นอกจากนี้ยังพบว่าปัญหาของผู้ประกอบการร้านอาหารส่วนใหญ่มีทั้งชั้นทะเบียนกับพาณิชย์จังหวัดและไม่ขึ้นทะเบียน โดยจำนวนสถานประกอบการที่ตั้งในจังหวัดลำปางส่วนใหญ่ร้อยละ 77.10 มีรูปแบบการจัดตั้งส่วนบุคคล ซึ่งร้านอาหารและเครื่องดื่มภาคเหนือในปี พ.ศ. 2565 จำนวน 1,853 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) แต่การดำเนินงานธุรกิจร้านอาหารมีความสลับซับซ้อนอยู่มากเช่นเดียวกัน อาจจะได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยบ้าง กำลังซื้อของผู้บริโภคชะลอตัวทำให้คนทานข้าวนอกบ้านน้อยลง ต้นทุนผู้ประกอบการร้านอาหารที่สูงขึ้น ยอดขายของร้านค้าลดลง และการขาดแคลนแรงงานต่างดาวหรือร้านอาหารต่างชาติในระบบแฟรนไชส์เข้ามาเปิดกิจการในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการในจังหวัดลำปางส่วนใหญ่ยังขาดความมีนวัตกรรม การบริหารจัดการ ความเสี่ยง และมีความใส่ใจในการเรียนรู้ค่อนข้างน้อย (ชยันนัท ไชยเสน, 2564) ดังนั้น จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นมีความสำคัญ

จึงเป็นที่มาของการวิจัยธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดลำปาง ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้กำหนด เป็นแนวทางในการปฏิบัติ เพื่อพัฒนาสนับสนุนส่งเสริมให้มีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นและเพื่อให้มีความได้เปรียบแก่ผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของธุรกิจบริการร้านอาหารในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการร้านอาหาร ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง ลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะของผู้ประกอบการคนนั้น ๆ เป็นลักษณะส่วนบุคคลที่สามารถช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จนไปถึงธุรกิจสามารถเจริญเติบโตและประสบความสำเร็จได้ โดยแนวคิดของ Frese (2000) ประกอบด้วยข้อมูลต่อไปนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง หมายถึง ความสามารถและความตั้งใจของผู้ประกอบการที่จะนำพาตนเองไปสู่โอกาสทางธุรกิจ รวมถึงเป็นคนที่มีพฤติกรรมชอบทำงานด้วยตนเองและต้องสามารถตัดสินใจได้ด้วยตัวเอง หากตกอยู่ในภาวะที่บีบบังคับ
2. ความมีนวัตกรรม หมายถึง การที่ผู้ประกอบการมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างของธุรกิจตนเองให้ต่างจากคู่แข่งภายในตลาดมีการวางแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลงและมีความคิดสร้างสรรค์มีจินตนาการไม่เหมือนคนอื่น
3. ความกล้าเสี่ยง หมายถึง ความเต็มใจของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งไม่สามารถคาดการณ์ได้โดยผู้ประกอบการทำการประเมินความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ไม่

เกินความสามารถของตนเอง และทำการศึกษาหาแนวทางสำหรับรับมือกับความเสียหายเอาไว้หลายแนวทาง

4. การบริหารจัดการ หมายถึง ความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดีมีคุณลักษณะของการเป็นผู้นำ และมีความรู้ในเรื่องของหลักการบริหารงาน สามารถรับบทบาทผู้นำได้หลายบทบาทเมื่อต้องทำงานร่วมกับคนหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไปของการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทั้งการเริ่มทำทุกอย่างด้วยตนเอง จนถึงการแข่งขันต่าง ๆ ให้ลูกน้อง

5. ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ หมายถึง การใฝ่หาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอด โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาดหรือสภาพแวดล้อมต่าง ๆ เพื่อช่วยวิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป และนำไปใช้เป็นแนวทางเพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

6. ความใส่ใจในความสำเร็จ หมายถึง การมองเห็นถึงโอกาสแห่งความเป็นไปได้ของธุรกิจ พร้อมทั้งพิจารณาความเสี่ยงอย่างละเอียดถี่ถ้วน หลังจากนั้นผู้ประกอบการจะมุ่งมั่นใช้พลังงานความคิด สติปัญญา ความสามารถทั้งหมดในการทำงานหนัก และทุ่มเทให้กับงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางเอาไว้โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบากที่ต้องพบเจอ พร้อมทั้งทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับงานจนเกิดการเรียนรู้จากความผิดพลาดที่ผ่านมา เพื่อนำไปแก้ไขไปจนสำเร็จตามเป้าหมาย

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถของธุรกิจในการดำเนินกลยุทธ์เพื่อนำมาใช้วางแผนในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติพิเศษ มีคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และมีประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด ตามมุมมองของ Porter มีดังนี้ (Wang et al., 2011)

1. การสร้างความแตกต่าง หมายถึง การสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการของธุรกิจให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งในตลาดของลูกค้านั้น ซึ่งเป็นสินค้าหรือบริการที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ มีคุณค่าแก่ลูกค้าจนทำให้เต็มใจซื้อสินค้าหรือบริการนั้นในราคาพิเศษด้วยวิธีการต่าง ๆ

2. การเป็นผู้นำด้านต้นทุน คือ การที่ผู้ประกอบการใช้ความรู้ของตนเองผนวกกับความสามารถ ในการดำเนินของธุรกิจ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่งภายในตลาด

โดยยิ่งธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางด้านต้นทุนเหนือคู่แข่งมากได้เท่าไรจะทำให้ราคาต่อหน่วยลดลง ถึงแม้จะขายผลิตภัณฑ์ในราคาเท่าเดิมก็ยังได้กำไร

3. การมุ่งจุดสนใจ หมายถึง กลยุทธ์การเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มีขนาดเล็ก แต่สามารถทำกำไรให้กับธุรกิจได้ สำหรับธุรกิจที่ต้องการหลีกเลี่ยงการแข่งขันกับคู่แข่งที่มีศักยภาพสูงกว่าจากการพยายามหากลุ่มเป้าหมายที่มีจำนวนพอเหมาะ มีอำนาจในการซื้อและมีแนวโน้มการขยายตัวมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จของธุรกิจบริการ

Kaplan and Norton (1992) นำเสนอว่า Balanced Scorecard (BSC) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์กรสามารถวัดผลการดำเนินงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยเน้นการเชื่อมโยงวิสัยทัศน์และกลยุทธ์สู่การปฏิบัติผ่าน 4 มุมมองหลัก ซึ่งแต่ละมุมมองมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความสำเร็จของธุรกิจ ประกอบไปด้วย 4 ด้าน คือ 1) ด้านมุมมองของลูกค้า โดยได้จากความพึงพอใจของลูกค้า ความสามารถในการรักษารฐานลูกค้าเก่า การเพิ่มจำนวนมากขึ้นของลูกค้าใหม่และส่วนแบ่งทางการตลาด 2) ด้านมุมมองทางการเงิน วัดจากรายได้ทั้งหมดของธุรกิจที่เพิ่มขึ้น การเพิ่มความสามารถในการการผลิตและการบริหารจัดการ 3) ด้านกระบวนการภายใน สามารถดูได้จากกระบวนการภายในของธุรกิจที่ทำเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยวัดได้จากการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ การประสานงานภายในธุรกิจที่รวดเร็ว และ 4) ด้านมุมมองของการเรียนรู้และการเติบโตของธุรกิจ สามารถคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมา เพื่อเจาะตลาดใหม่มุ่งสู่การเติบโตของธุรกิจ ดังนั้นความสำคัญของมุมมองทั้ง 4 ด้านของ Balanced Scorecard ช่วยให้ผู้ประกอบการเห็นภาพรวมของความสำเร็จของธุรกิจทั้งด้านการเงิน ลูกค้า กระบวนการและบุคลากร โดยไม่ได้เน้นแค่ผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่เชื่อมโยงปัจจัยนำเข้า เช่น ความรู้ของบุคลากร กระบวนการที่มีประสิทธิภาพและความพึงพอใจของลูกค้าที่สอดคล้องกับผลลัพธ์ทางการเงิน ซึ่งเป็นเป้าหมายสุดท้ายขององค์กร

สมรรถนะของผู้ประกอบการมีผลต่อการดำเนินธุรกิจสูง ในด้านความกล้าเสี่ยง การประกอบธุรกิจในยุคปัจจุบันมีอัตราในการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมและกล้าที่จะลงทุนและปรับเปลี่ยนรูปแบบในการดำเนินธุรกิจย่อมจะส่งผลต่อธุรกิจ

ให้เกิดความสำเร็จ (วุฒิพงศ์ ครอบบัวบาน และกัญญามน อินหวาง, 2562) นอกจากนี้ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น จะต้องเป็นผู้ประกอบการที่สามารถรับความเสี่ยงได้ในระดับที่เหมาะสม โดยผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจถึงความเสี่ยงที่เกิดขึ้นด้านการบริหารจัดการ การบริหารงานที่ดีนั้น จะทำให้พนักงานในร้านรู้จักหน้าที่ของตนเอง ลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน ทำให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพและส่งผลสำเร็จต่อธุรกิจ (ศุภนารี พิรส, 2564) อีกทั้งการที่ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงานมีการมุ่งเน้นการตัดแปลงกระบวนการทำงานใหม่มีความทันสมัยและง่ายต่อการปฏิบัติงาน ดังนั้นในการประกอบกิจการผู้ประกอบการต้องมีความมุ่งหวังที่จะประสบความสำเร็จ คือมีรายได้ มียอดขาย และมีกำไร เมื่อผู้ประกอบการมีความใส่ใจในความสำเร็จย่อมจะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ (คณิตศร อุณแสงจันทร์, 2564)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นความสามารถของธุรกิจในการดำเนินงานเพื่อนำมาใช้วางแผนในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น มีคุณลักษณะหรือคุณสมบัติพิเศษ มีคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ และมีประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด แนวคิดของ Porter ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ 1) ด้านการสร้างความแตกต่าง องค์กรใช้แนวทางนี้เพื่อทำให้สินค้าหรือบริการของตน “แตกต่าง” จากคู่แข่งในตลาด โดยสร้างคุณค่าเฉพาะที่ลูกค้ามองว่าแตกต่างและยอมจ่ายในราคาสูงกว่า เช่น คุณภาพบริการสูง การออกแบบเฉพาะตัว บริการหลังการขายที่ยอดเยี่ยมและนวัตกรรมใหม่ ๆ 2) ด้านผู้นำด้านต้นทุน การมุ่งลดต้นทุนการผลิตและดำเนินงานให้ต่ำกว่าคู่แข่ง โดยไม่ลดคุณภาพสินค้าเพื่อให้สามารถตั้งราคาที่ต่ำกว่าและดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหญ่ได้ วิธีการได้เปรียบด้านต้นทุน เช่น การผลิตในปริมาณมาก กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ห่วงโซ่อุปทานที่จัดการอย่างดี และ 3) ด้านการมุ่งเน้น คือ การเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยองค์กรจะเลือกกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ (เช่น ตลาดเฉพาะทาง กลุ่มลูกค้าเฉพาะราย) แล้วใช้ “ต้นทุนต่ำ” หรือ “ความแตกต่าง” กับกลุ่มธุรกิจบริการโดยเฉพาะ โดยแบ่งเป็น 2 แบบย่อย คือ ใช้ราคาต่ำกับตลาดเฉพาะ และการสร้างสินค้าเฉพาะที่ตอบโจทย์ตลาดกลุ่มเล็กได้ดีกว่าคู่แข่ง (Wang et al., 2011)

สถานการณ์การประกอบการธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบัน

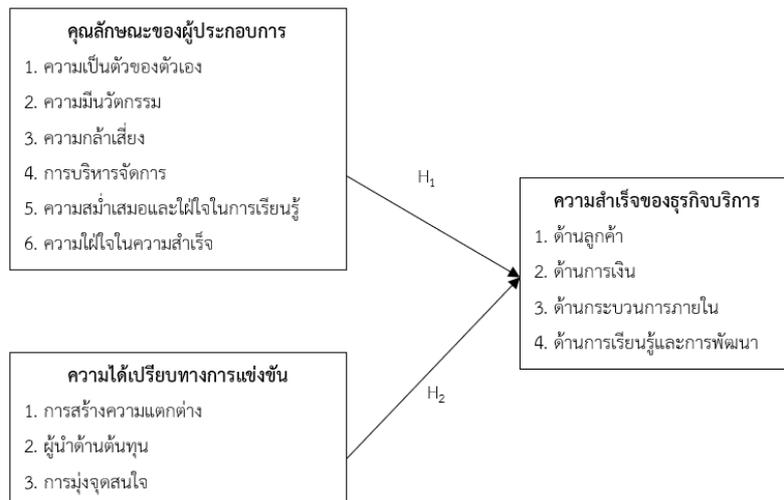
จุฑามาศ พีรพิชระ พัทธนันท์ ยังรวริเชียร และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์ (2566) กล่าวว่า ในปัจจุบันผู้ประกอบการต้องปรับตัวท่ามกลางกระแสการแข่งขัน สถานการณ์สังคมที่เปลี่ยนแปลง พฤติกรรมผู้บริโภคที่หลากหลาย การพัฒนากลยุทธ์เพื่อบริการที่มีคุณภาพ โดยคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจร้านอาหาร ดำเนินการโดยกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กำหนดมาตรฐานเรื่องผลิตภัณฑ์ บริการ การจัดการ และความสม่ำเสมอของคุณภาพ ในขณะที่การดำเนินธุรกิจร้านอาหารในประเทศ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ คุณภาพอาหารและบริการ ความสามารถของผู้ประกอบการในการบริหารจัดการภายในและภายนอกองค์กร การใช้เทคโนโลยี และนโยบายจากภาครัฐ ซึ่งเป็นตัวรวมของปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจร้านอาหารไทยที่ดำเนินการในต่างประเทศ นอกเหนือจากปัจจัยด้านทักษะการบริหารของผู้ประกอบการ การสนับสนุนจากสังคมรอบด้าน และกฎระเบียบของบังคับการทำงานธุรกิจในประเทศ ผู้ธุรกิจร้านอาหารนานาชาติ

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2568) กล่าวว่า ธุรกิจร้านอาหารไทยยังคงเติบโตได้ดี และมีการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารใหม่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยธุรกิจร้านอาหารเป็นซอฟต์แวร์ อันดับ 1 ของประเทศ ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รับรู้และรู้จักไปทั่วโลก ยกย่องอาหารไทยให้เป็นที่นิยมกับผู้บริโภคชาวไทยและชาวต่างชาติ สร้างรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านความนิยมในการบริโภคอาหารไทย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยมีการปรับตัวรับกระแสการเปลี่ยนแปลงด้านการบริโภคอาหารของผู้บริโภคอย่างเห็นได้ชัด เช่น มีการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผ่านระบบเดลิเวอรี่ การส่งอาหารล่วงหน้าแล้วมารับที่ร้าน หรือ บริการจองคิวผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อลดการรอคิวและความหนาแน่นของผู้ใช้บริการ พร้อมรับกระแสบริโภคนิยมที่เน้นความสะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลาในการเดินทางไปร้านอาหาร การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยให้ร้านอาหารเข้าถึงและเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น กรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้จับมือหน่วยงานพันธมิตรร่วมกันสร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆ เพื่อเสริมแกร่ง

ผู้ประกอบการร้านอาหารไทย โดยเน้นส่งเสริมให้มีระบบการบริหารจัดการร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน อีกทั้งการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารอย่างมืออาชีพ ให้กับผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค ยกกระดับมาตรฐานร้านอาหารไทย กระตุ้นยอดขายเพิ่มรายได้ร้านอาหาร ส่งเสริมช่องทางการตลาด ผ่านการจำหน่าย

อาหารในงานเทศกาลอาหารต่างๆ ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์

ดังนั้น ความสำคัญของคุณลักษณะของผู้ประกอบการและรายได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

H_1 : คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

H_2 : ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบ การสร้างความแตกต่าง ผู้นำด้านต้นทุน และการมุ่งจุดสนใจมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพล ต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง โดยเป็น

ผู้ประกอบการร้านอาหารทั่วไปที่ให้บริการอาหารตามสั่งทั้งขายหน้าร้านและขายออนไลน์ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยจึงใช้สูตรคำนวณของ Cochran (1977) ซึ่งใช้คำนวณกลุ่มประชากรที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384.16 หรือจำนวน 385 แต่ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำเร็จ ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง ผู้นำด้านต้นทุน การมุ่งจุดสนใจ และส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นความสำเร็จของธุรกิจบริการ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้าน

การเรียนรู้และพัฒนา ทั้งนี้ข้อคำถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 และส่วนที่ 4 เป็นลักษณะของคำถามใช้มาตราส่วนประมาณค่า แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยเริ่มจากระดับ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด และระดับ 5 เห็นด้วยมากที่สุด โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการใช้ Google Form จำนวน 250 ชุด คิดเป็นร้อยละ 62.50 และช่องทางออฟไลน์ จำนวน 150 ชุด คิดเป็นร้อยละ 37.50 เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง รวมจำนวน 400 ชุด

การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านเพื่อพิจารณาตรวจสอบ โดยการตรวจค่าความตรงเชิงเนื้อหาและภาษาที่ใช้เพื่อพิจารณาถึงคุณภาพของข้อคำถาม ใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของประเด็นคำถาม (Index of Item Objectives Congruence : IOC) แล้วคัดเลือกข้อที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปมาใช้ ผลการวิเคราะห์คำถามทั้งหมด 39 ข้อคำถาม แต่ละข้อพบว่ามีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.66-1.00 จึงผ่านเกณฑ์ ซึ่งข้อคำถามทุกข้อมีค่า 0.66 ขึ้นไป จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามหลังจากผ่านการทำ IOC และปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้กับประชากรที่มีคุณสมบัติเหมือนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำมาวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟา (Cronbach's Alpha) มีผลรวมเท่ากับ 0.88 ซึ่งพบว่าผ่านเกณฑ์ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Zikmund et al., 2010)

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่นำไปใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับสถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วย Multiple Linear Regression Analysis โดยใช้เทคนิค Enter Method

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลโดยทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีระดับ

การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอายุกิจการมากกว่า 2 ปี แต่น้อยกว่า 4 ปี รายได้รวมต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 – 40,000 บาท และลงทุนจากเงินทุนส่วนตัว

ส่วนที่ 2 ระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของธุรกิจ ผลการศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของธุรกิจบริการในอำเภอเมือง จังหวัดลำปาง แสดงไว้ในตารางที่ 1 และตารางที่ 2

โดยตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย พบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.78$, S.D. = 0.38) และค่า Cronbach Alpha เท่ากับ 0.937 รองลงมา คือ การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.74$, S.D. = 0.49) และค่า Cronbach Alpha เท่ากับ 0.897 โดยแยกเป็นรายด้าน ดังนี้

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่า ด้านความเป็นส่วนตัวของตัวเอง มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.83$, S.D. = 0.39) รองลงมา คือ ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.82$, S.D. = 0.39) และด้านความกล้าเสี่ยงมีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.41) ตามลำดับ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า ด้านการมุ่งจุดสนใจ มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.79$, S.D. = 0.41) รองลงมา คือ ด้านด้านผู้นำด้านต้นทุน มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.49) และด้านการสร้างความแตกต่าง มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.48) ตามลำดับ

ส่วนตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของธุรกิจ โดยรวมมีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.70$, S.D. = 0.46) และค่า Cronbach Alpha เท่ากับ 0.900 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการภายใน มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.73$, S.D. = 0.44) รองลงมา คือ ด้านการเงิน มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.71$, S.D. = 0.45) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{x} = 4.63$, S.D. = 0.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และค่า Cronbach Alpha

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	Cronbach Alpha	ระดับความเห็น
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	4.78	0.38	0.937	มากที่สุด
1. ด้านความเป็นส่วนตัวของตัวเอง	4.83	0.39		มากที่สุด
2. ด้านความมีนวัตกรรม	4.77	0.42		มากที่สุด
3. ด้านความกล้าเสี่ยง	4.81	0.41		มากที่สุด
4. ด้านการบริหารจัดการ	4.77	0.42		มากที่สุด
5. ด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้	4.77	0.42		มากที่สุด
6. ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ	4.80	0.39		มากที่สุด
การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	4.74	0.49	0.897	มากที่สุด
1. ด้านผู้นำด้านต้นทุน	3.77	0.49		มาก
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	4.67	0.48		มากที่สุด
3. ด้านการมุ่งจุดสนใจ	4.79	0.41		มากที่สุด

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จของธุรกิจ และ Cronbach Alpha

ตัวแปร	\bar{x}	S.D.	Cronbach Alpha	ระดับความเห็น
ความสำเร็จของธุรกิจ	4.70	0.46	0.900	มากที่สุด
1. ด้านการเงิน	4.70	0.45		มากที่สุด
2. ด้านลูกค้า	4.73	0.44		มากที่สุด
3. ด้านกระบวนการภายใน	4.73	0.44		มากที่สุด
4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.64	0.50		มากที่สุด

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

ตัวแปร	คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (tcsa)	การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (adv)	ความสำเร็จของธุรกิจบริการ (tsuc)
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (tcsa)	1.000	0.236**	0.280**
การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (adv)		1.000	0.425**
ความสำเร็จของธุรกิจบริการ (tsuc)			1.000

หมายเหตุ: **Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ตารางที่ 3 จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจบริการ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) พบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือ

ตัวแปรทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.236 – 0.425 ซึ่งไม่เกิน 0.90 (Hair et al., 2010) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรทั้งหมดมีความเป็นอิสระ ซึ่งสามารถพิจารณาได้ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

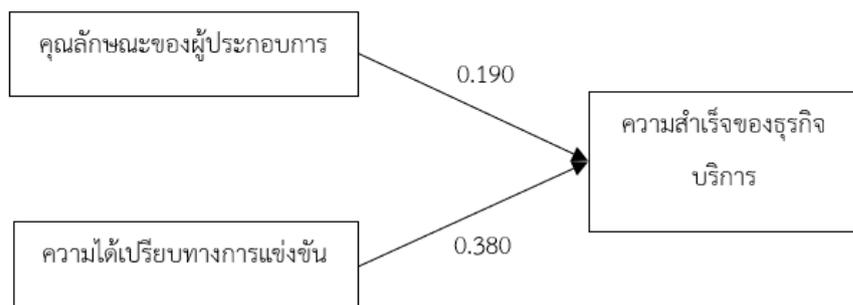
ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	t	Sig	Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients				
	B	S.E.	β			Tolerance	VIF
(Constant)	1.962	0.273		7.191	0.000**		
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (tcsa)	0.193	0.046	.190	4.149	0.000**	0.913	1.012
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (adv)	0.403	0.049	.380	8.299	0.000**	0.944	1.359

R-Square=0.215, Adjust R2 Square=0.211, F = 54.219, Sig = 0.000, Durbin-Watson = 2.188

** P < 0.05

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ พบว่านัยสำคัญของตัวแปรทำนายทั้ง 2 ปัจจัยต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการนั้น พบว่าปัจจัยด้านความได้เปรียบทางการแข่งขัน (adv) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ ($\beta = 0.380$) ซึ่งมีผลกระทบสูงสุดต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (tcsa) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ ($\beta = 0.190$) โดยค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย มีค่าเท่ากับ 0.215 ซึ่งหมายความว่าตัวแปรทั้ง 2 ปัจจัยสามารถอธิบายการนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจบริการ ในเขตอำเภอเมืองลำปาง

ได้ร้อยละ 21.5 ส่วนที่เหลือร้อยละ 78.5 เกิดจากอิทธิพลจากปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น คุณภาพการให้บริการ ความรวดเร็ว ความสุภาพและความพึงพอใจของลูกค้าในการรับบริการมีอิทธิพลสูงต่อความภักดีและรายได้หรือประสบการณ์ของลูกค้า ด้วยการออกแบบบรรยากาศร้าน การจัดโต๊ะ การใช้แสง สี เสียง และเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้ลูกค้าประทับใจและแชร์ประสบการณ์ในสื่อออนไลน์ รวมถึงการใช้เทคโนโลยี เช่น การใช้ระบบ POS, delivery platform, หรือระบบการจองโต๊ะออนไลน์ ช่วยให้การดำเนินงานสะดวกและเพิ่มรายได้ และสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ดังภาพที่ 2



รูปภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

การอภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

และความสำเร็จของธุรกิจบริการในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ผลการวิจัย พบว่า

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ และความใส่ใจในความสำคัญที่มีความสำคัญระดับมากที่สุด โดยปัจจัยความเป็นตัวของตัวเอง ที่ท่านมีความตั้งใจและสามารถมองหาโอกาสทางธุรกิจได้ด้วยตนเอง และความสำเร็จของธุรกิจเกิดขึ้นจากตัวท่านเองอยู่ในระดับมากที่สุด เพราะมีบทบาทสำคัญโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน ความพึงพอใจของลูกค้าและความยั่งยืนของธุรกิจในยุคที่ตลาดเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และการเรียนรู้เรื่องนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เช่น โปรแกรมจัดการสต็อก การวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า หรือระบบ POS อัจฉริยะ ช่วยให้ผู้ประกอบการควบคุมต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีมาบริหารจัดการทั้งด้านต้นทุน การบริการ และการตลาด พร้อมทั้งพัฒนาความรู้และทักษะการจัดการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและความสามารถในการแข่งขันระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Farida and Setiawan (2022) พบว่า ความสำคัญของประสิทธิภาพและนวัตกรรมในการปรับปรุงความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ SMEs และได้ปรับปรุงประสิทธิภาพและความสามารถด้านนวัตกรรมเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shakeel et al. (2020) พบว่าความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลเป็นบวก และได้รับอิทธิพลอย่างมากจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความมีนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gunawan (2023) พบว่า คุณลักษณะและความสามารถของผู้ประกอบการส่งผลเชิงบวกอย่างมากต่อการดำเนินงานของธุรกิจ โดยด้านความคิดสร้างสรรค์และด้านความมีนวัตกรรมเกิดขึ้นมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยด้านกลยุทธ์จัดว่าเป็นความสามารถที่มีอิทธิพลมากที่สุด

ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความสำคัญระดับมากที่สุดต่อธุรกิจร้านอาหาร โดยการมุ่งจุดสนใจ มีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือการสร้างความแตกต่าง และผู้นำด้านต้นทุน เป็นปัจจัยมีบทบาทในการเสริมศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงจุด ควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่น อันจะนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจในระยะยาว เพราะช่วย

ให้ธุรกิจสามารถอยู่รอด ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงและความคาดหวังของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเน้น การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน การควบคุมต้นทุนให้มีประสิทธิภาพ และการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง เช่น งานวิจัยของ Tang and Chin (2024) นำเสนอว่าการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสำคัญมากที่สุด เพราะต้องสร้างความแตกต่างด้วยการพัฒนาเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น รสชาติ บริการ หรือบรรยากาศ จะสามารถดึงดูดลูกค้าได้มากขึ้น และยกต่อการเลียนแบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stebliuk et al. (2024) สรุปว่าร้านอาหารที่มีความได้เปรียบที่ชัดเจน เช่น ความเชี่ยวชาญด้านเมนูเฉพาะหรือสูตรเฉพาะย่อมจะมีโอกาสขยายสาขา หรือพัฒนาแบรนด์ให้เป็นแฟรนไชส์ได้ง่ายขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shehadeh et al. (2023) พบว่าความสามารถด้านนวัตกรรมจะกลั่นกรองความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ความได้เปรียบทางการแข่งขันและทิศทางของผู้ประกอบการ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ Srimulyani et al. (2023) พบว่า การศึกษาเชิงประจักษ์เกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความเป็นผู้นำของผู้ประกอบการ ซึ่งตรงกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการด้านความเป็นผู้นำของผู้วิจัย และพฤติกรรมของผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรมมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukriani et al. (2023) ที่พบว่าบทบาทสำคัญด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการในการกำหนดความสำเร็จของธุรกิจอาหารที่ไม่ซ้ำแบบใครในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีอิทธิพลอย่างมากกับผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wijaya and Rahmayanti (2023) พบว่าทิศทางของผู้ประกอบการมีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความสามารถด้านนวัตกรรม และความสามารถด้านนวัตกรรมมีผลกระทบเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ

ความสำเร็จของธุรกิจบริการมีความสำคัญระดับมากที่สุด โดยด้านกระบวนการภายใน เป็นปัจจัยที่มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการเงิน และ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา แสดงให้เห็นว่าธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงระบบการทำงานภายใน การบริหารจัดการทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ และการพัฒนาศักยภาพบุคลากร เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงและความสำเร็จอย่างยั่งยืน เพราะ

สะท้อนถึงการอยู่รอด การและความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารมีการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stamat (2022) สรุปว่าความสำเร็จสะท้อนถึงการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เช่น การควบคุมต้นทุน การให้บริการลูกค้า และการรักษากำไรอย่างยั่งยืน รวมถึงงานวิจัยของ Morokhovych and Morokhovych (2023) สนับสนุนว่าธุรกิจร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จมักมีการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ เช่น ระบบดิจิทัล mobile ordering data analytics ทำให้สามารถให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพและธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันได้ เมื่อพิจารณาเป็นรายได้พบว่าด้านกระบวนการภายในมีความสำคัญมากที่สุด เพราะกระบวนการภายในเป็นหัวใจหลักในการขับเคลื่อนประสิทธิภาพของธุรกิจร้านอาหาร และส่งผลโดยตรงต่อรายได้ เพราะกระบวนการเหล่านี้ครอบคลุมตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบ การเตรียมอาหาร การบริการลูกค้า ไปจนถึงการควบคุมต้นทุนและการตรวจสอบคุณภาพ สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Jurgena and Jurjane (2024) สรุปว่ากระบวนการสั่งอาหารและบริการลูกค้ารวดเร็ว ช่วยเพิ่มยอดขาย การลดกิจกรรมที่ไม่สร้างมูลค่า เช่น ลดเวลารออาหารหรือการจัดการโต๊ะที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ที่ดีและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้นกระบวนการภายในที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงช่วยลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพบริการเท่านั้น แต่ยังเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการวางแผนรายได้ ทำให้รายได้ของธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จของธุรกิจบริการในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่า

คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ ในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดย คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ เนื่องจากลักษณะนิสัย ความสามารถ และทักษะเฉพาะตัวของผู้ประกอบการเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการบริหารธุรกิจ การตัดสินใจและการสร้างนวัตกรรมที่ช่วยให้ธุรกิจเติบโตและสามารถแข่งขันในตลาดได้ รวมถึงความกล้าเสี่ยง แรงจูงใจในตนเองและความสามารถในการปรับตัว สอดคล้องกับงานวิจัย

ของ Sugathadasa and Wijekumara (2023) นำเสนอว่าในประเทศศรีลังกาพบว่าผู้ประกอบการที่มีความกล้าเสี่ยง แรงขับภายในและความยืดหยุ่นในการปรับตัวมีโอกาสประสบความสำเร็จในธุรกิจมากกว่าคนทั่วไป โดยเฉพาะทักษะด้านการสร้างเครือข่ายและการคิดเชิงกลยุทธ์ อีกทั้งงานวิจัยของ Baciu et al. (2020) สรุปว่าผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีระดับความเชื่อมั่นในตนเอง ความมั่นใจในการแก้ปัญหาและความกล้าตัดสินใจสูงกว่าผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น คุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจบริการไปสู่ความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความเป็นผู้นำ ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ทักษะการบริหาร ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้และความสามารถในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลง

ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการ เพราะเป็นเครื่องมือหลักที่ทำให้ธุรกิจบริการมีขีดความสามารถโดดเด่น ทนต่อแรงกดดันจากตลาดและสามารถรักษารฐานลูกค้าได้ในระยะยาว โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจบริการที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันสูง ความสามารถในการสร้าง “ความต่าง” และ “คุณค่า” เป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และงานวิจัยของ Syahreza et al. (2023) สรุปว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันช่วยสร้างความภักดีของลูกค้าและเพิ่มยอดขาย โดยคุณค่าที่แตกต่าง เช่น การบริการที่เหนือกว่า การใช้เทคโนโลยี หรือการสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งและจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าและความภักดีในระยะยาว โดยที่การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจบริการสูงกว่าปัจจัยด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยปัจจัยด้าน การมุ่งจุดสนใจ ในเรื่องการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและมุ่งเจาะตลาด อยู่ในระดับสูงที่สุดรองลงมา คือ ด้านการสร้างความแตกต่าง ในเรื่องการเน้นความแตกต่างด้านการให้บริการ และการเล็งเห็นแนวโน้มการเติบโตของกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Maniego et al. (2024) พบว่า ความสำคัญของคุณลักษณะผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถของตนเองในธุรกิจร้านอาหาร ถึงแม้จะมีผลกระทบที่น้อยกว่า แต่สามารถชี้แนะกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมุ่งไปที่การสร้าง ความแตกต่างและการบริการ ซึ่งส่งเสริมความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้ง

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aristiawana et al. (2024) พบว่า กลยุทธ์การสร้างสรรคร่วมที่แตกต่างและกลยุทธ์การแข่งขันที่โดดเด่นส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ และประสิทธิภาพของความสำเร็จโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Han (2024) พบว่า ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนและการสร้างความแตกต่างมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพขององค์กรและมีผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กรและความสามารถในการทำกำไรของโรงแรม อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nguyen and Ngoc (2024) พบว่า ผลการวิจัยเน้นย้ำถึงอิทธิพลที่สำคัญของคุณภาพการบริการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานโดยรวมในภาคบริการการท่องเที่ยว ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกและยังเน้นถึงความสำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขัน คุณภาพการบริการในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีผลกระทบโดยตรงต่อกลยุทธ์การกำหนดราคาและคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรม

องค์ความรู้จากการวิจัยสู่การพัฒนา

องค์ความรู้ใหม่ของการวิจัยพบว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันไม่ใช่เพียงแนวทางเสริมเท่านั้น แต่เป็นรากฐานสำคัญของความสำเร็จในธุรกิจบริการ โดยเฉพาะในสภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงเร็ว เพราะจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยที่สูง ($\beta = 0.380$) ซึ่งให้เห็นว่าธุรกิจที่สามารถสร้างจุดเด่นเฉพาะตน เช่น คุณภาพบริการ การใช้เทคโนโลยีหรือการออกแบบประสบการณ์ลูกค้าเพราะจะมีโอกาสประสบความสำเร็จสูงกว่าและคุณลักษณะของผู้ประกอบการยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสำเร็จของธุรกิจบริการ ($\beta = 0.190$) โดยเฉพาะด้านความเป็นผู้นำ ความกล้าเสี่ยง ความใฝ่ใจเรียนรู้และการคิดเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจปรับตัวได้ดี เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จและมีความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในท้องถิ่น สามารถนำไปใช้กำหนดแนวทางพัฒนาทักษะผู้ประกอบการ เช่น การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาความเป็นผู้นำด้านธุรกิจ การอบรมด้านการจัดการธุรกิจ การตลาดดิจิทัล และการบริการลูกค้า เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

2. ผู้ประกอบการควรเน้นการสร้าง จุดขายที่แตกต่าง เช่น การพัฒนาเมนูเฉพาะ การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น หรือการออกแบบบรรยากาศร้านให้โดดเด่น การพัฒนาการขายแบบส่งอาหารออนไลน์ การใช้โซเชียลมีเดีย การรีวิวกจากลูกค้า หรือโปรโมชั่นตามเทศกาล เพื่อดึงดูดลูกค้าและรักษาลูกค้าเดิม

3. หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรสนับสนุนธุรกิจในพื้นที่จังหวัดลำปาง สามารถใช้ข้อมูลจากงานวิจัยเพื่อออกแบบโครงการสนับสนุนที่เหมาะสม เช่น การจัดอบรม การให้คำปรึกษา หรือการสนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหาร โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาความสามารถเชิงการแข่งขันที่ยั่งยืน เช่น การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการตลาดออนไลน์หรือการจัดการธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ หรือแรงจูงใจในการประกอบธุรกิจเป็นสิ่งสำคัญ ควรทำหน้าที่เป็นตัวแปรแทรก ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจ และควรทำการศึกษาว่าสภาวะการแข่งขันในตลาด หรือประสบการณ์ของผู้ประกอบการมีผลต่อกำกับความสัมพันธ์ดังกล่าวมากน้อยเพียงใด เช่น ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง การสร้างความได้เปรียบอาจมีผลมากกว่าตลาดทั่วไป

2. การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเฉพาะผู้ประกอบการที่อาศัยอยู่ในพื้นที่อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปางเท่านั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรวิเคราะห์เชิงลึกกลุ่มผู้ประกอบการ เช่น การเปรียบเทียบคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จสูงกับผู้ประกอบการที่มีผลการดำเนินงานระดับปานกลางหรือต่ำ เพื่อหาปัจจัยชี้วัดความสำเร็จเฉพาะ

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). *ธุรกิจร้านอาหารไทย*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2568, จาก <https://www.dbd.go.th/news/10522042568>
- กนกพร ศรีวิชัย. (2566). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารจังหวัดลำปาง. *วารสารลวะศรี*, 7(2), 44–53.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2567). *ร้านอาหารวอนรัฐต่อลมหายใจ กำลังซื้อคนไทยไม่มีเหลือ ต้นทุนวัตถุดิบพุ่ง 50%*. สืบค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic>
- คณิศร อุ่นแสงจันทร์. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 7(1), 618–629.
- จุฑามาศ พิรพัชระ, พัชรนันท์ ยังวรวิเชียร, และจอมขวัญ สุวรรณรักษ์. (2566). ธุรกิจร้านอาหาร: สถานการณ์ปัจจุบัน มาตรฐาน และความสำเร็จ. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 25(1), 299–313
- ชัยนันท์ ไชยเสน. (2564). ทำไมธุรกิจร้านอาหารไม่ประสบความสำเร็จและแนวทางการพัฒนาสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 16(2), 85–96.
- ทิพยาภรณ์ ปัตถา, สนธิญา สุวรรณราช, สรัชนุช บุญวุฒิ, กาญจนา คุมา, และสุธีรา ทิพย์วิวัฒน์พจนาน. (2566). ผลกระทบจาก สถานการณ์โควิด-19 ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างพหุปัจจัยและความตั้งใจใช้เทคโนโลยีทางบัญชี: หลักฐานเชิงประจักษ์ของนักบัญชีในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. *วารสารลวะศรี*, 7(2), 32–43.
- ฟาตอนะห์ หะยีลาเตะ และยุทธชัย ฮารีปัน. (2566). ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจ ชุมชนในจังหวัดภูเก็ต. ใน *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 14* (หน้า 1074–1091). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- วุฒิพงศ์ ครอบบัวบาน และกัญญามาน อินทว้าง. (2562). รูปแบบสมรรถนะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจเกษตรอินทรีย์. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 11(1), 113–126.
- ศุภนารี พิรส. (2564). คุณลักษณะของผู้ประกอบการเงินเนอเรชั่นวายที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 15(2), 193–202.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *รายงานประจำปี 2566*. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.nesdc.go.th>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). *สัมมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม*. สืบค้นเมื่อ 16 มีนาคม 2567, จาก <https://www.nso.go.th>
- Acs, Z. J., Szerb, L., Lloyd, A., Acs, Z. J., Szerb, L., & Lloyd, A. (2017). Mapping the Global Entrepreneurial Ecosystem. *Global entrepreneurship and development index 2017*, 1-10.
- Aristiawan, E., Sucherly, S., Nidar, S., & Kaltum, U. (2024). Improving co-creation strategies and competitive strategies to achieve business performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 12(3), 2041-2050.
- Baciu, E. L., Virgă, D., & Lazăr, T-A. (2020). What Characteristics Help Entrepreneurs 'Make It' Early on in Their Entrepreneurial Careers? Findings of a Regional Study from Romania. *Sustainability*, 12(12), 5028.
- Cane, M., & Parra, C. (2020). Digital platforms: mapping the territory of new technologies to fight food waste. *British Food Journal*, 122(5), 1647-1669.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd ed. New York: John Wiley & Sons.
- Diandra, D., & Azmy, A. (2020). Understanding the definition of entrepreneurship. *International Journal of Management, Accounting and Economics*, 7(5), 235-241.

- Farida, I., & Setiawan, D. (2022). Business Strategies and Competitive Advantage: The Role of Performance and Innovation. *Journal of Open Innovation, 8*, 163
- Frese, M. (2000). *Success and failure of microbusiness owners in Africa: A psychological approach*. CT: Bloomsbury Publishing USA.
- Gunawan, A. F. (2023). The impact of entrepreneurial characteristics and competencies on business performance in the creative industry in Indonesia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship, 18*(3), 300-317.
- Hair, J. F., Anderson, B., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis with readings*. 4th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Han, T. Z. M. (2024). *The Effect of Competitive Strategy on the Performance of Hotels in Bagan Zone* (Doctoral dissertation, MERAL Portal).
- Jurgena, A. M., & Jurjane, E. (2024). Reduction of non-value-added activities in restaurant services: the case of BBS-Dizain Ltd. *Proceedings of the 2020 International Conference "Economic Science for Rural Development"* (pp. 186-191). Latvijas Lauksaimniecibas universitates: Jelgava, Latvia.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard-Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review, 70*(1), 71-79.
- Maniego, H. I. B., Gulac, D. K. L., Flores, B. R., Batan, G. K. M., & Decena, J. T. III. (2024). Personal traits and entrepreneurial self-efficacy of restaurant owners in BRGY. Poblacion, Tacurong City. In *Intersections of Education and Enterprise: Exploring Correlation and Insights in Vusiness Studies* (pp. 1-13). Tacurong City: Philippines.
- Morokhovych, V., & Morokhovych, B. (2023). Digital technologies as an Important factor of the restaurant business development. *Restaurant and hotel consulting. Innovations, 6*(1), 27-36.
- Muhammad, S., Long, X., & Salman, M. (2020). COVID-19 pandemic and environmental pollution: A blessing in disguise?. *Science of the total environment, 728*, 138820.
- Han Nu Ngoc Ton & Nguyen Huynh Nhu Ngoc. (2024) Analysis of Gap between Green Purchase Intention and Green Purchase Behavior. *NIDA Development Journal, 64*(2), 120-153.
- Planinc, T., Kukanja, M., & Žnidaršič, A. (2022). The interplay of restaurant SMEs' entrepreneurial and environmental characteristics, management of the requisite assets, and operational efficiency. *Organizacija, 55*(2), 160-177.
- Raassens, N., Haans, H., & Mullick, S. (2022). Surviving the hectic early phase of the COVID-19 pandemic: a qualitative study to the supply chain strategies of food service firms in times of a crisis. *The International Journal of Logistics Management, 33*(3), 877-900.
- Shakeel, M., Yaokuang, L., & Gohar, A. (2020). Identifying the entrepreneurial success factors and the performance of women-owned businesses in Pakistan: The moderating role of national culture. *Sage Open, 10*(2), 2158244020919520.
- Shehadeh, M., Almohtaseb, A., Aldehayyat, J., & Abu-ALSondos, I. A. (2023). Digital transformation and competitive advantage in the service sector: a moderated-mediation model. *Sustainability, 15*(3), 2077.

- Srimulyani, V. A., Hermanto, Y. B., Rustiyaningsih, S., & Waloyo, L.A.S. (2023). Internal factors of entrepreneurial and business performance of small and medium enterprises (SMEs) in East Java Indonesia. *Heliyon*, 9(11), 34-48.
- Stamat, V. (2022). Modern Trends in Restaurant Business Management. *Modern Economics*, 36(1),130-136.
- Stebliuk, N., Nebaba, N., & Ozierova, S. (2024). Competitiveness of Restaurant Business Enterprises: Evaluation and Ways to Improve. *Scientific opinion: Economics and Management*, 2(86), 83-89.
- Sugathadasa, D. D. K., & Wijekumara, J. M. N. (2023). Entrepreneurial Characteristics and Business Growth of SMEs: Special Reference to North Central Province. *Journal of Business Studies*, 10(1), 54-69.
- Sukriani, N., Febrina, D., & Dewi, D. S. (2023). Knowledge, abilities, skills, and its impact on business performance of business actors in the culinary sector. *International Journal of Islamic Business and Management Review*, 3(1), 119-129.
- Syahreza, A. E., Moko, W., & Rahayu, M. (2023). Predicting intention to adopt omnichannel retailing of SMEs in Indonesia using UTAUT: the moderating role of personal innovativeness. *International Journal of Research in Business & Social Science*, 12(5), 30-41.
- Tang, Y. Q., & Chin, T. A. (2024). Review of Competitive Advantage within Restaurants. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 14(1), 1554-1564.
- Van Nguyen, N., & Ngoc, T. T. B. (2024). Service Quality as a Catalyst for Competitive Advantage and Business Performance in Hotel Industry: An Empirical Analysis by PLS-SEM Algorithm. *International Journal of Analysis and Applications*, 22, 141-141.
- Wang, W. C., Lin, C. H., & Chu, Y. C. (2011). Types of competitive advantage and analysis. *International Journal of Business and Management*, 6(5), 100.
- Wijaya, N. S., & Rahmayanti, P. L. D. (2023). The role of innovation capability in the mediation of COVID-19 risk perception and entrepreneurship orientation to business performance. *Journal of Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 227-236.
- Zikmund, W.G., Babin, B.J., Carr, J.C., & Griffin, M. (2010). *Business Research Methods*. Moson, Ohio: South Western Cengage Learning.